

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

DESARROLLO DE TESIS

**IMPLEMENTACION DE POLITICAS DE LAS CUENTAS POR
COBRAR Y SU INFLUENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA
EMPRESA “COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA RAY OF
LIGHT SAC,” SAN MIGUEL – LIMA, AÑO 2016**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

AUTORES:

**KARLA GIULIANNA VICENTE ISMODES
JUDITH CHAVEZ RAMIREZ
VICTOR SEGOVIA TARAZONA**

ASESOR:

DR. EDILBERTO FABIAN POMA

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: NORMAS ÉTICAS CONTABLES EN
EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS**

LIMA, PERÚ

DICIEMBRE, 2017

**IMPLEMENTACION DE POLITICAS DE LAS CUENTAS
POR COBRAR Y SU INFLUENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA
EMPRESA “COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA
RAY OF LIGHT SAC,” SAN MIGUEL – LIMA, AÑO 2016**

Presentado a la facultad de ciencias empresariales – Escuela profesional de contabilidad y Finanzas, para optar el título de contador público, en la Universidad Peruana de las Américas.

APROBADO POR:

DR. MORALES GALLO JOSE ANTONIO

Presidente

MG. LUCAS DIEGO MERCEDES

Secretario

DR. ANDIA RAMOS LEONCIO ANTONIO

Vocal

FECHA: 26/03/2018

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito estudiar la implementación de políticas de las cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa comercializadora e importadora RAY OF LIGHT SAC, San Miguel – lima, año 2016, y ver de qué manera las cuentas por cobrar influye en la empresa.

En la empresa se necesita ver la situación económica y financiera, respecto a las cuentas por cobrar, motivo por el cual nos preguntamos por qué la empresa no puede cumplir con sus obligaciones si las ventas son superiores a los años anteriores.

El trabajo de investigación incluye información de la empresa, y material tomado sobre otras investigaciones relacionadas con el tema central, además, se presenta textos e informes que forman parte del Marco Teórico.

Palabras Claves: Implementación, Cuentas, Cobrar, Influencia, Liquidez, Contabilidad

ABSTRACT

The purpose of this research work is to study the implementation of accounts receivable policies and their influence on the liquidity of the trading company and importer RAY OF LIGHT SAC, San Miguel - Lima, 2016, and to see how the accounts receivable influences the company.

In the company you need to see the economic and financial situation with respect to accounts receivable, why we wonder why the company can not meet its obligations if sales are higher than previous years.

The research work includes information about the company, and material taken from other research related to the central theme, in addition, texts and reports that are part of the Theoretical Framework are presented.

Keywords: Implementation, Accounts, Charge, Influence, Liquidity, Accounting

DEDICATORIAS

A Dios por darme la vida y haber cumplido mis más caros anhelos profesionales, a mis padres por mi formación, a mis hijas por el apoyo y comprensión en las horas que no les dedique por seguir con este objetivo y a mi nieta que con su llegada fue mi mayor bendición y mi motor para llegar a esta meta.

Víctor Segovia T.

La vida se encuentra plagada de retos y uno de ellos es la universidad, este trabajo está dedicado, primeramente, a Dios porque sin Él, no lo hubiera logrado también a mis queridos hijos que me dieron la fuerza para seguir adelante y a mi pareja que me apoyo en parte de mi carrera y a ti Madre mía que desde cielo me ayudaste a lograr como una feliz profesional.

Judith Chávez R.

Dedico este proyecto a mi adorado hijo Matías, que es mi motor en cada paso de mi vida y a mis padres por su constante apoyo.

Karla Vicente I.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la universidad Peruana de las Américas quien nos brindó la excelente plana docente para formarnos en los conocimientos en esta bella profesión de contador público, a nuestros profesores por su ayuda y comprensión, a nuestros compañeros y familiares que de una u otra manera brindaron su apoyo en el transcurso de nuestra carrera.

Los Autores

DESARROLLO DE TESIS

Tabla De Contenidos

	Pág.
CAPITULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Casuística	2
CAPITULO II: MARCO TEORICO	8
2.1 Antecedentes de la investigación	8
2.1.1 Antecedentes Internacionales	8
2.1.2 Antecedentes Nacionales	9
2.1.3 Antecedentes Locales	10
2.2 Bases teóricas	12
CAPITULO III: ALTERNATIVAS DE SOLUCION	69
3.1 Alternativas de solución	69
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
ELABORACION DE REFERENCIAS	
ANEXOS	

INTRODUCCION

La empresa Comercializadora e Importadora RAY of Light SAC, con nombre comercial "STARLIGHT" identificada con el RUC 20479548782, teniendo como domicilio fiscal la Av. Costanera 2098 – San Miguel - Lima, es una empresa que tiene más de 10 años de experiencia, siendo especialistas en diseñar, fabricar e instalar sistemas decorativos para iluminación de interiores y exteriores, brindando mantenimiento para sus proyectos luminosos cumpliendo con los altos estándares de calidad, utilizando materiales e insumos certificados nacionales e internacionales necesita poner más énfasis en su situación económica y liquidez debido a que existe un conflicto en la parte financiera respecto a las cuentas por cobrar. Es de conocimiento general que las cuentas por cobrar son la parte principal de la empresa motivo por el cual debemos preguntarnos porque si las ventas están siendo fructíferas tenemos problemas de liquidez, ver si se está utilizando adecuadamente los ingresos o si es que hay una mala organización y debido a eso, influye negativamente en la empresa.

Es evidente que toda empresa en estos tiempos de avanzada implementa normas, herramientas de gestión y políticas gerenciales para facilitar la conducción de la empresa y obtener los mejores resultados. La empresa materia de nuestro estudio adolece de las políticas de las cuentas por cobrar de donde se desprende la necesidad de realizar la presente investigación.

Por lo expuesto anteriormente denota la importancia de la presente investigación que consistirá en la implementación de políticas de cuentas por cobrar para

mejorar la liquidez de la empresa Com. e Imp. Ray of Light SAC, favoreciendo la capacidad financiera de la empresa.

El presente trabajo de investigación ha sido desarrollado de acuerdo a la siguiente estructura:

Capítulo I, Comprende el problema de investigación, donde se inicia con el planteamiento del problema para mostrar la problemática mediante un diagnóstico, análisis y pronóstico, así mismo se formula el problema de investigación y finalmente necesita una casuística de referencia para un mayor entendimiento del estudio.

Capítulo II, está orientado hacia el marco teórico donde se muestra un conjunto de conocimientos como fundamento del estudio, en tal sentido se presenta antecedentes en base a tesis, bases teóricas sobre las variables en estudio, marco administrativo y marco conceptual.

Capítulo III, se da a conocer las alternativas de solución como propuesta para el mejoramiento de la liquidez de la empresa en estudio.

Luego, se presenta las alternativas y conclusiones formuladas, y se concluye con las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

CAPITULO I

1.- PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

1.1 Planteamiento del problema

La empresa Comercializadora e Importadora Ray of Light SAC, identificada con el RUC 20479548782, teniendo como domicilio fiscal la Av. Costanera 2098 – San Miguel - Lima, es una empresa que tiene más de 10 años de experiencia, siendo especialistas en diseñar, fabricar e instalar sistemas decorativos para iluminación de interiores y exteriores, brindando mantenimiento para sus proyectos luminoso cumpliendo con los altos estándares de calidad, utilizando materiales e insumos certificados nacionales e internacionales necesita poner más énfasis en su situación económica y liquidez debido a que existe un conflicto en la parte financiera respecto a las cuentas por cobrar.

La presente investigación se realiza porque se ha detectado que un problema fundamental en la empresa Comercializadora e Importadora Ray of Light SAC es la falta de liquidez motivo por el cual tiene retraso en el pago a proveedores y no se llega a entender porque teniendo ventas superiores que pueden cubrir dichas deudas no cuenta con efectivo en el momento oportuno generando retrasos en los pagos a terceros.

Es necesario hacer un análisis profundo sobre las cuentas por cobrar para saber si es que con la implementación de políticas lograremos la mejora esperada, así mismo se analizara las áreas vinculadas al presente estudio y los procedimientos que están establecidos para detectar los problemas, riesgos que tiene en la actualidad y poder controlarlos por el bien de la empresa que de esta manera no

perjudique la liquidez y así mismo se pueda cumplir con los pagos a proveedores, personal y otros gastos fundamentales de la empresa.

En tal sentido es pertinente y trascendente la implementación de políticas de cuentas por cobrar para garantizar la liquidez y mejorar la capacidad financiera de la empresa.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿De qué manera se implementará las políticas de las cuentas por cobrar para influir en la liquidez de la empresa “Comercializadora e importadora RAY OF LIGHT SAC” año 2016?


1.3 CASUISTICA

En la empresa Comercializadora e importadora RAY of light SAC en el año 2016 tuvo grandes problemas internos por falta de liquidez los cuales también repercutieron a nivel externo en la falta de pago a proveedores, trayendo como consecuencia el no abastecimiento de los suministros para poder terminar las obras celebradas por contrato, arrastrando penalidades e incomodidad con los clientes; es por ello que se plantea estructurar políticas de cuentas por cobrar (Anexo N°6) para que la empresa pueda llevar un buen manejo y no vuelva a tener problemas de liquidez tal como se evidencia en el estado financiero.

Las políticas de cuentas por cobrar deberán sustentarse en base al manual de políticas de cuentas por cobrar que formulamos para su aprobación; así como el manual de procedimientos de comisiones por ventas que se anexa. (Anexo N° 7)

Estado de Situación Financiera año 2015

Tabla N° 1



COMERCIALIZADORA
E IMPORTADORA
RAY OF LIGHT S.A.C.

BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre del 2015
(expresado en nuevos soles)

ACTIVO

Activo Corriente

Caja y Bancos
Cuentas por Cobrar Comerciales
Cuentas por Cobrar Accionistas y Personal
Cuentas por Cobrar Diversas
Existencias
Cargas Diferidas
Otras Cargas Diferidas

Total de Activo Corriente

Activo No Corriente

Inmueble Maquinaria y Equipo Neto
Depreciación y Amortización Acumulada
Intangibles
Amortización de Intangibles

Total de Activo No Corriente

PASIVO

Pasivo Corriente

40,501 Tributos por Pagar
1,709,614 Remuneración y Participaciones por Pagar
1,945 Proveedores
135,044 Beneficios Sociales de los Trabajadores
3,433,000
37,781
273,851

Total de Pasivo Corriente

Pasivo No Corriente

Cuentas por Pagar Accionistas y Directores
Cuentas por Pagar Diversas

Total de Pasivo No Corriente

TOTAL PASIVO

PATRIMONIO NETO

Capital
Capital Adicional
Resultados Acumulados
Resultados del Ejercicio

TOTAL PATRIMONIO NETO

TOTAL DE ACTIVO


TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of light SAC

Comentario: Como se puede apreciar en el presente Estado de situación Financiera las cuentas por cobrar son del orden de S/.1'709,614.00.

Estado de Situación Financiera año 2016

Tabla N°2

 COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA RAY OF LIGHT S.A.C.		
BALANCE GENERAL Al 31 de Diciembre del 2016 (expresado en nuevos soles)		
ACTIVO	PASIVO	
Activo Corriente	Pasivo Corriente	
Caja y Bancos	30,162 Tributos por Pagar	130,938
Cuentas por Cobrar Comerciales	3,121,854 Remuneración y Participaciones por Pagar	128,986
Cuentas por Cobrar Accionistas y Personal	767 Proveedores	923,547
Cuentas por Cobrar Diversas	1,064,869 Beneficios Sociales de los Trabajadores	80,515
Existencias	5,331,625	
Cargas Diferidas	106,350	
Otras Cargas Diferidas	476,787	
Total de Activo Corriente	Total de Pasivo Corriente	1,263,986
Activo No Corriente	Pasivo No Corriente	
Inmueble Maquinaria y Equipo Neto	2,368,508 Cuentas por Pagar Accionistas y Directores	2,571,839
Depreciación y Amortización Acumulada	-284,544 Cuentas por Pagar instituciones financieras	2,611,580
Intangibles	8,677 Otras Cuentas por Pagar Diversas	3,313,329
Amortización de Intangibles	-4,644	
Total de Activo No Corriente	Total de Pasivo No Corriente	8,496,748
	TOTAL PASIVO	9,760,734
	PATRIMONIO NETO	
	Capital	605,312
	Capital Adicional	1,000,000
	Resultados Acumulados	725,323
	Resultados del Ejercicio	129,042
	TOTAL PATRIMONIO NETO	2,459,677
TOTAL DE ACTIVO	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	12,220,411

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of light SAC

Comentario: Como se puede apreciar en el presente Estado de situación

Financiera las cuentas por cobrar son del orden de S/.3'121,854.00.

Histórico de morosidades 2015-2016


Tabla N°3

2015	2016
Cuentas por cobrar S/. 1'709,614.00	Cuentas por cobrar S/. 3'121,854.00
Principales Morosos: <ul style="list-style-type: none"> - WONDERFUL place SAC - Spring lake park S.A. - Nevada Entretenimientos SAC - Constructora Concepcion SAC 	Principales Morosos: <ul style="list-style-type: none"> - Visión GAMES CORPORATION SAC - Spring lake park S.A. - Mundo Electronico SAC - Nevada entretenimientos SAC

Fuente: Empresa comercializadora e importadora ray of light SAC

Comentario: Como se puede observar en la presente tabla, la morosidad referidas al rubro de cuentas por cobrar se ve en un ascenso acelerado más de 100%, lo que motiva a tomar medidas correctivas para evitar tener capital improductivo.


Flujo de las cuentas por cobrar según las políticas:

- | | | |
|----|---|-------------------------------------|
| 1 | Inicio | (Jefe de presupuesto y desarrollo) |
| 2 | Prepara presupuesto | (Jefe de presupuesto y desarrollo) |
| 3 | Revisa y aprueba presupuesto | (Auditoria financiera) |
| 4 | Vendedor solicita crédito para el cliente | (Jefe de ventas) |
| 5 | Verificación financiera del cliente | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 6 | Determina condiciones de crédito | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 7 | Vendedor cierra contrato con el cliente | (Jefe de ventas) |
| 8 | Producción y entrega de producto | (Jefe de ventas) |
| 9 | Genera borrador de la factura | (Jefe de administración) |
| 10 | Emite factura | (Jefe de ventas) |
| 11 | Envía emisor de factura al departamento de contabilidad | (Jefe de ventas) |
| 12 | Registro contable | (Contabilidad) |
| 13 | Entrega de factura al cliente | (Jefe de ventas) |
| 14 | Entrega de control administrativo a créditos y cobranza | (Jefe de ventas) |
| 15 | Seguimiento y gestión de cobranza | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 16 | Envía cheque o constancia de pago a tesorería | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 17 | Validación de pago en cuenta corriente | (Tesorería) |
| 18 | Registro de cancelación de la deuda | (Jefe de créditos y cobranzas) |
- 

Fuente: Propia.

Comentario: El presente flujo muestra la secuencia que sigue las políticas de las cuentas por cobrar.

Flujo de políticas de pago de comisiones

- | | | |
|----|---|-----------------------------------|
| 1 | Inicio | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 2 | PRO-SED-FIN01 facturación y cobranza | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 3 | Valida ingreso a cuentas bancarias del negocio | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 4 | Reporte de cobros efectuados | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 5 | Publica y envía reporte de cobranza del periodo | (Jefe de créditos y cobranzas) |
| 6 | Realiza cálculo de comisiones | (Jefe de ventas) |
| 7 | Aprueba reporte de comisiones | (Gerente general Starlight) |
| 8 | Valida reporte | (Contabilidad) |
| 9 | Registra provisión contable | (Contabilidad) |
| 10 | Aprobación de provisión contable | (Contabilidad) |
| 11 | Validación de documentación | (Analista de gerencia financiera) |
| 12 | Aprobación de pago de comisión | (Gerente de finanzas) |
| 13 | Realiza pago de comisiones | (Asistente de tesorería) |
| 14 | Archivo de documentación | (Contabilidad) |
- 

Fuente: Propia

Comentario: El presente flujo muestra las políticas de las comisiones por pagar.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

De acuerdo a su trabajo de tesis, Chiluisa, P. (2011) titulado “La Recaudación de la Cartera Vencida como Herramienta para mejorar la Rentabilidad en la Empresa Reví de la Ciudad de Ambato en el Periodo 2011”. “En el párrafo 1, 2 y 3 de su tesis comenta: No se ha implementado ni definido procesos, políticas ni procedimientos para el otorgamiento de créditos debido a la manera empírica con que trabajan provocando de esta manera una mala evaluación al cliente por lo cual se incrementará la cartera vencida y la morosidad de los clientes”.

“Existe muchas cabezas en la empresa por lo cual no existe una persona o comité específico para la autorización de los créditos provocando un inadecuado control de los mismo”.

“No se emite ni analiza reportes de cuentas por cobrar con los documentos físicos ocasionando que las cuentas no sean cancelas oportunamente y por ende se incrementa la cartera vencida”. (p.66)

En su trabajo de Tesis, Duran, J. (2015) titulado “El Control Interno de las Cuentas por Cobrar y su incidencia en la Liquidez de la Empresa el Mundo Berrezueta Carmona y cía, en el Cantón Camilo Ponce Enríquez.” “En el párrafo 2,3 y 4 de la conclusión de su trabajo afirman: El sistema de gestión administrativo que utilizan no brinda las garantías en los resultados que se

deben esperar en cada una de las operaciones que la empresa ejecuta, siendo estas realizadas mediante programas auxiliares, una de ellas es el control de cartera”.

“Cierta personal auxiliar en la rama de contabilidad no cuenta con el conocimiento necesario para el control necesario en Cartera, dando fugas financieras que la empresa obtiene a través de sus operaciones ordinarias, Ventas”.

Los clientes no pueden estar seguros de los abonos, estados de cuentas o pagos totales de las cuentas adeudadas con la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Compañía, dando una ineficiencia en la presentación de los documentos fiduciarios correspondientes- (p.53)

2.1.2 Antecedentes Nacionales

En su trabajo de investigación, Vásquez, L. (2016) “titulado Gestión de Cuentas Por Cobrar y su Influencia en la Liquidez de la Empresa CONSERMET S.A.C, Distrito de Huanchaco, año 2016, en el párrafo 2 y 3 de sus conclusiones afirma: El análisis de los datos nos permitió establecer que el nivel de ventas al crédito influye en el riesgo de liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C.” “Esto conlleva, a que la empresa no disponga de liquidez para afrontar sus obligaciones en el corto plazo”.

“Las evaluaciones de los datos obtenidos permitieron establecer que las políticas de crédito influyen en la liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., porque obedecen a que no se utilizaron métodos de análisis, puesto que todos estos aspectos son indispensables para lograr el manejo eficiente de las

cuentas por cobrar”. (p 78)

Pérez, T. y Ramos, R. (2016) “Implementación de un Sistema de Control Interno en las Cuentas por Cobrar y su Incidencia en la Liquidez de la Empresa BAGSERVIS SAC, en Trujillo, En el año 2016.” En el párrafo 1 y 2 de su Conclusión de su Tesis afirma:

“Se analizó la incidencia de la Implementación del Sistema de Control Interno en la liquidez de BAGSERVIS SAC al 30 junio de 2016 concluimos que, esta influye significativamente en la liquidez porque ha permitido recuperar S/ 257, 826 que no pagaron oportunamente los clientes, el cual la liquidez se incrementó a 0.70”. “Con la recuperación de la cartera vencida se incrementó el saldo en caja y bancos; se pagó obligaciones financieras por S/ 120, 621, así como también las cuentas por comerciales disminuye a S/ 15, 744 y otros pasivos por S/ 13,754”.

“Se describió los procesos actuales antes de la implementación del Sistema de Control Interno determinando que no existe un control interno de las Cuentas por Cobrar, el personal no está siendo capacitado para afrontar responsabilidades de manera eficiente, la evaluación crediticia al cliente se realiza de manera deficiente al momento de otorgarle el crédito, no existen procedimiento y políticas de cobranza; por ello no existen controles de carácter preventivo que verifiquen el buen cumplimiento de los objetivos”. (p.103)

2.1.3. Antecedentes Locales

Cueva, E. (2015), “Según su trabajo de Investigación titulado Gestión de

Cuentas por Cobrar y su efecto en la Liquidez de la Empresa de SERVICIOS PRONEFROS S.A.C., en la Ciudad de Lima del año 2015, en la tercera conclusión dice”.

“Identificamos que en los Procesos de “Cobranzas” y Cuentas por Cobrar Comerciales de la PRONEFROS S.A.C a pesar de la existencia de Políticas y Procedimientos de Cobranza son desconocidas, como, recordatorios, inasistencia y seguimiento de las mismas lo que se ve reflejado en el impacto de menores flujos de fondos en el corto plazo”. (pág. sin número)

Aguilar, V. (2012) En la presentación de su Tesis “Gestión de Cuentas por Cobrar y su Incidencia en La Liquidez de la Empresa Contratistas Corporación Petrolera S.A.C., en la primera y segunda conclusión nos indica”.

1. “Corporación Petrolera SAC, carece de una política de crédito eficiente, pues en la evaluación de los posibles clientes solo toma en cuenta el prestigio y la antigüedad en el mercado, más no se hace un estudio y seguimiento riguroso al comportamiento, que tienen los posibles clientes, en el cumplimiento con sus obligaciones con otros contratistas”. “Esto conlleva a que muchas veces Corporación Petrolera SAC, contrate a empresas, para que realicen esta labor, lo cual genera más gastos y esto afecta a la liquidez de la empresa”.

2. “Corporación Petrolera SAC, no cuenta con una política de cobranza consistente, pues el plazo establecido para el pago de los clientes es de 45 días de acuerdo a contrato”. “Esto en parte es en teoría pues en la práctica no se da y la empresa no cuenta con un plan de contingencia para cubrir los

gastos en que incurre por la demora en la aprobación de facturas”. “Este inconveniente se ve reflejado en los procedimientos burocráticos de aprobación de valorizaciones que tienen las operadoras petroleras en las diferentes etapas del proceso de revisión y aprobación de servicios realizados, por consiguiente, afecta a la liquidez de la contratista Corporación Petrolera S.A.C”. (p.93)

2.2 Bases teóricas

A. POLITICAS DE LAS CUENTAS POR COBRAR.

1- Definiciones

Según Farfán, S. (2014), “las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro importe análogo”. “Las ventas a crédito crean cuentas por cobrar”. “Las cuentas por cobrar representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo”. (p.57).

Según, Romero A. (2012), “las cuentas por cobrar representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo”. (p.168).

Según Sánchez, O. (2008), “las cuentas por cobrar son derechos exigibles por créditos otorgados por conceptos de giro de negocios o conceptos ajenos al giro de negocio se registran y controlan contablemente en clientes en documentos en deudores diversos”. (p.78).

Por su parte Higuerey A. (2007), “las cuentas por cobrar no es más que la extensión de un crédito comercial a los clientes por un tiempo prudencial; en la

mayoría de los casos, es un instrumento utilizado por la mercadotecnia para promover las ventas y por ende las utilidades”.

A decir de Meza, C. (2011), “las cuentas por cobrar son los importes que adeudan terceras personas a la empresa”. “Existen cuentas por cobrar derivadas de las operaciones de la empresa y existen cuentas por cobrar que no corresponden a las operaciones de la empresa”. (p.63).

Para Cantú, G. (2014), “las cuentas por cobrar son, al igual que cualquier activo, recursos económicos propiedad de una organización, los cuales generarán un beneficio en el futuro”.

“Considerando el párrafo 60 de la NIF A-6, Reconocimiento y valuación, las cuentas por cobrar deben reconocerse a su valor de realización que es el monto que se recibe, en efectivo, equivalentes de efectivo o en especie, por la venta o intercambio de un activo; por ende, las cuentas por cobrar deben cuantificarse al valor pactado originalmente del derecho exigible”.

2. Clasificación:

Según FARFAN,S. (2014), “Hay dos tipos de crédito”:

“Crédito comercial y crédito de consumidor, el crédito comercial es cuando una compañía compra bienes o servicios a otras, sin pagarlos simultáneamente”.

“Tales ventas crean una cuenta por cobrar para el proveedor (vendedor) y una cuenta por pagar para la compañía compradora”.

“El crédito de consumidor o crédito de venta al por menor o detalle, se crea cuando una compañía vende bienes o servicios a un consumidor sin un pago simultáneo”.

“El uso de crédito comercial y crédito de consumidor es tan común que tendemos a darlo por sentado”. “Si preguntamos por qué las compañías otorgan crédito, los gerentes a menudo contestan que deben hacerlo porque sus competidores lo hacen”. “Dentro del concepto general anterior se incluyen los documentos por cobrar de clientes que representan derechos exigibles, que han sido documentados con letras de cambio o pagarés”.

“Cuentas por cobrar se clasifican atendiendo a su origen, por ejemplo: a cargo de clientes, a cargo de compañías afiliadas, empleados, etc., separando los que provengan de ventas y servicios de los que tengan otro origen”. (p. 57)

También Romero, A. 2012, “las cuentas por cobrar pueden ser clasificadas como de exigencia inmediata o a corto plazo, y a largo plazo”. “Se consideran como cuentas por cobrar a corto plazo aquellas cuya disponibilidad es inmediata dentro de un plazo no mayor de un año posterior a la fecha del balance, con excepción de aquellos casos en que el ciclo normal de operaciones exceda de este periodo; en este caso debe hacerse la revelación correspondiente en el cuerpo del balance o en una nota a los estados financieros”.

“Las cuentas por cobrar a corto plazo deben presentarse en el balance general inmediatamente después del efectivo y de las inversiones en valores negociables”. “La cantidad a vencer a más de un año o del ciclo normal de operaciones deberá presentarse fuera del activo circulante”. (p.194).

Por otra parte Cantú, G. (2008), “Entre las principales cuentas incluidas en este rubro figura las siguientes”:

- Clientes: “Son las cuentas pendientes de pago que se derivan de la actividad normal de la empresa, ya sea la venta de mercancías o la prestación de servicios a crédito”.
 - Documentos por cobrar: “Esta partida está integrada por los documentos pendientes de pago que surgen por la venta de mercancías o la prestación de servicios a crédito”.
 - Funcionarios y empleados: “Son las cuentas o documentos que se originan por préstamos otorgados a los empleados, funcionarios o accionistas de la empresa”.
 - Deudores diversos: “Son los documentos o cuentas que se originan por transacciones distintas de las que representen la actividad normal de la empresa”.
- “Asimismo, existen cuentas como: intereses por cobrar, dividendos por cobrar, rentas por cobrar, y otros conceptos también por cobrar”. “De los tipos de partidas por cobrar mencionados anteriormente, los más conocidos son clientes y documentos por cobrar”. (p.328).

Para Ruiz, R. (2012), las cuentas por cobrar se clasifican:

1. “Considerando su disponibilidad, las cuentas por cobrar pueden ser clasificadas como de exigencia inmediata o a corto plazo y a largo plazo”.
2. “Atendiendo a su origen, se pueden formar dos grupos de cuentas por cobrar”:
 - a) “A cargo de clientes”.
 - b) “A cargo de otros deudores”.

“Dentro del primer grupo se deben presentar los documentos y cuentas a cargo de clientes de la entidad, derivados de la venta de mercancías o prestación de servicios, que representen la actividad normal de la misma”. “En el segundo grupo, se originan por transacciones distintas a aquellas para las cuales fue

constituida la entidad, tales como”: “Préstamos a accionistas y a funcionarios y empleados, reclamaciones, ventas de activo fijo, impuestos pagados en exceso, etc.; deberán agruparse por concepto y de acuerdo con su importancia, si los montos no son de importancia, pueden mostrarse como otras cuentas por cobrar”.

3. “Las cuentas a cargo de compañías tenedoras, subsidiarias, afiliadas y asociadas deben presentarse en renglón por separado dentro del grupo cuentas por cobrar, debido a que frecuentemente tienen características especiales en cuanto a su exigibilidad”. “Si se considera que estas cuentas no son exigibles de inmediato y que sus saldos más bien tienen el carácter de inversiones por parte de la entidad, deberán clasificarse en capítulo especial del activo no circulante”.

4. “Los saldos acreedores en las cuentas por cobrar, deben reclasificarse como cuentas por pagar, si su importancia relativa lo amerita”.

5. “Los intereses por cobrar no devengados que hayan sido incluidos formando parte de las cuentas por cobrar, deben presentarse deduciéndose del saldo de la cuenta en la que fueron cargados”.

6. “Cuando el saldo en cuentas por cobrar de una entidad, incluya partidas importantes a cargo de una sola persona física o moral, su importe deberá mostrarse por separado dentro del rubro genérico cuentas por cobrar o, en su defecto, revelarse a través de una nota a los estados financieros”.

7. “Cuando existan cuentas por cobrar y por pagar a la misma persona física o moral, deberán, cuando sea aplicable, compensarse para efectos de presentación en el balance general, mostrando el saldo resultante como activo o pasivo según corresponda”.

8. “Las estimaciones para cuentas incobrables, descuentos, bonificaciones, etc., deben ser mostradas en el balance general como deducciones a las cuentas por cobrar”. “En caso de que se presente el saldo neto, debe mencionarse en nota a los estados financieros el importe de la estimación efectuada”.

9. “Los saldos a cargo de propietarios, accionistas o socios de una entidad, que representen capital suscrito no exhibido, no deberán incluirse dentro del rubro de cuentas por cobrar”. (Normas financieras c-3).

Así mismo Vallado, R. (2008) “Se clasifican atendiendo a su origen, a cargo de clientes, a cargo de compañías afiliadas, empleados y otros deudores, separando los que provengan de ventas y servicios de los que tengan otro origen”. “También se clasifican atendiendo a su disponibilidad, inmediata o corto plazo y a largo plazo”.

“¿Por qué las empresas realizan operaciones a crédito si normalmente se presentan cuentas malas? La respuesta desde luego es que las empresas venden a crédito porque desean aumentar sus ingresos y, y también, sus utilidades”. “Cada venta efectuada a crédito representa un beneficio por el ingreso obtenido, pero también constituyen un costo las cuentas que los clientes no pagan, por deseo o imposibilidad”.

“Este costo, que se denomina gasto por cuentas incobrables, se reconoce como cualquier otro gasto y, por tanto, se requiere medirlo y evaluarlo adecuadamente”.

3-Políticas de Crédito

A decir de Farfán, S. (2014), “Las políticas de crédito deben tener como objetivo elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión”. “Las políticas que otorgan plazos de crédito muy reducidos, normas crediticias estrictas y una administración

que otorga o rechaza el crédito con lentitud, restringen las ventas y la utilidad de manera que, a pesar de la reducción de la inversión en cuentas por cobrar, la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas será más baja de la que se puede obtener con niveles más altos de venta y cuentas por cobrar”. (p 61).

Por otra parte Farfán, S. (2014), “La responsabilidad de fijar las políticas de crédito recae en la dirección financiera, en coordinación con las direcciones de comercialización y ventas”. “La dirección general debe conocerlas y aceptarlas”. “La administración de cuentas por cobrar tiene que fijar las políticas, siendo las principales”:

- a. “Reducir al máximo la inversión de cuentas por cobrar en días cartera, sin afectar las ventas y comercialización de las mercancías o servicios”. “Al reducir los días cartera se maximiza la inversión, transformándose las cuentas por cobrar en efectivo”.
- b. “Administrar el crédito que se otorga a los clientes con procedimientos ágiles y términos competitivos que permitan, a la empresa, obtener un valor agregado”. “Para lo anterior se requiere de un sistema de información con todos los datos necesarios actualizados, que permita tomar decisiones firmes y ágiles”. “El cliente debe sentirse confiado y seguro con las relaciones comerciales”.
- c. “Evaluar el crédito en forma objetiva que dé como resultado una mínima pérdida por Cuentas incobrables”. “El mercado en que opera la empresa es un factor muy importante”. “Mercados muy competitivos dan lugar a resultados con pérdidas altas”. “La evaluación del crédito debe ser estudiada tomando en cuenta: el monto, el tiempo del crédito y el mercado en que participa la empresa”.

d. “Mantener la inversión en cuentas por cobrar al corriente: La inversión en cuentas por cobrar debe ser vigilada en cada cliente en particular, de conformidad a lo pactado o acordado, tomando acción sobre la cartera vencida”.

e. “Vigilar la exposición de las cuentas por cobrar ante la inflación y devaluación de la moneda”. “Las cuentas por cobrar son activos monetarios que están expuestos a la inflación y las cuentas por cobrar en moneda extranjera están, además, expuestas a la devaluación de la moneda”. “Este concepto del activo circulante tiene generalmente una influencia muy importante en las utilidades o pérdidas monetarias que reportan las empresas”.

“Las variables de las políticas de crédito son: Las políticas de crédito, las condiciones del crédito, el período del crédito, los descuentos por pago anticipado y las políticas de cobro que serán tratadas a continuación”. (p. 63).

También Higuerey, A. (2007), “Son las normas que establecen los lineamientos para determinar si se otorga un crédito a un cliente y por cuanto se le debe conceder, o la adecuada instrumentación de una deficiente política no produce nunca resultados óptimos”.

“Las políticas de crédito tienen un papel fundamental el Ejecutivo Financiero, quien mediante la evaluación y análisis que el haga va servir para establecer las políticas”. “Entonces ¿Cuál va ser los objetivos de la política de crédito? Su objetivo, como ya hemos dicho, es promover las ventas, por consiguiente, debe cuidarse que su empleo ayude a maximizar las utilidades de la Empresa y el rendimiento de la inversión”. “Esto debido, a que a veces se abusa del crédito y

este deja de ser atractivo en lo que respecta al rendimiento de la inversión”. (p. 04).

Según Morales, J. (2014) hay diversos tipos de políticas de crédito

* “Políticas restrictivas.- Caracterizadas por la concesión de créditos en periodos sumamente cortos, las normas de crédito son estrictas y por ello se usa una política de cobranza agresiva”. “Esta política contribuye a reducir al mínimo las perdidas en cuentas de cobro dudoso y la inversión movilización de fondos en las cuentas”. “Pero a su vez, este tipo de políticas puede ocasionar la reducción de las ventas y los márgenes de utilidad, la inversión es más baja que las que se pudieran tener con niveles más elevados de ventas, utilidades y cuentas por cobrar”.

* “Políticas liberales. - En sentido contrario a las políticas restrictivas, las políticas liberales tienden a ser magnas, se otorgan créditos considerando las políticas que usan en las empresas de la competencia, no presionan enérgicamente en el proceso de cobro y son menos exigentes en condiciones y establecimientos de periodos para el pago de las cuentas”. “Este tipo de política tiene como consecuencia un aumento de las cuentas por cobrar, así como también en las perdidas en cuentas incobrables, dado que también aumenta el riesgo en los clientes que no pagan los créditos”.

* “Políticas racionales.-Estas políticas se caracterizan por conceder los créditos a plazos razonables según las características de los clientes y los gastos de cobranza; se aplican considerando los cobros a efectuarse y que proporcionen un margen de beneficio razonable”. “Estas políticas son recomendables para que las empresas las adopten, ya que logran producir un flujo normal de crédito y de

cobranza; se implementan con el propósito de que se cumpla el objetivo de la administración de cuentas por cobrar y de la gerencia financiera en general”. (p. 166).

4- Ventajas del Crédito

Según Romero, A. (2012), “Representan una de las principales fuentes de ingreso para la empresa; son las que originan un incremento en el activo circulante en las cuentas por cobrar a clientes, aumento de volumen de ventas”. (p. 170)

5 - Desventajas del Crédito

Según Romero, A. (2012), “pues puede evitar problemas de liquidez en la entidad, al impedir que el departamento de crédito otorgue créditos amplios a empresas no solventes o en casos extremos, ficticios”. “Por ello, el departamento de contabilidad debe revelar estos saldos de importancia, que serían una llamada de atención para la gerencia, la cual, al examinar detenidamente esos créditos con oportunidad, puede tomar las decisiones

Pertinentes y frenar tal situación evitando pérdidas cuantiosas”. “Se recomienda que se presenten en el propio cuerpo del balance”. (p. 170).

6- Concepto de Cobranza

Santos Farfán, A. (2014), “Las cuentas por cobrar constituyen uno de los conceptos más importantes del activo circulante”. “La importancia está relacionada directamente con el giro del negocio y la competencia”. “En las tiendas de autoservicio no tienen importancia, debido a que la venta en este giro

de negocios se efectúa de contado”. “En tiendas departamentales su importancia depende de la orientación que la administración le dé a las operaciones del negocio”. “Algunos operan, básicamente, en operaciones de contado, otros tienen una mezcla de contado y crédito y existen otros negocios que sus ventas principales son a crédito”. “Cuando no existe competencia, generalmente la inversión en cuentas por cobrar, dentro del capital de trabajo, no es significativa”. “En algunos giros, principalmente en productos perecederos, a pesar de una alta competencia las operaciones se realizan al contado, como: la leche, pan, legumbres y productos relacionados con alimentos de la canasta básica”. “Generalmente en la empresa la inversión en cuentas por cobrar representa una inversión muy importante”. (p 58).

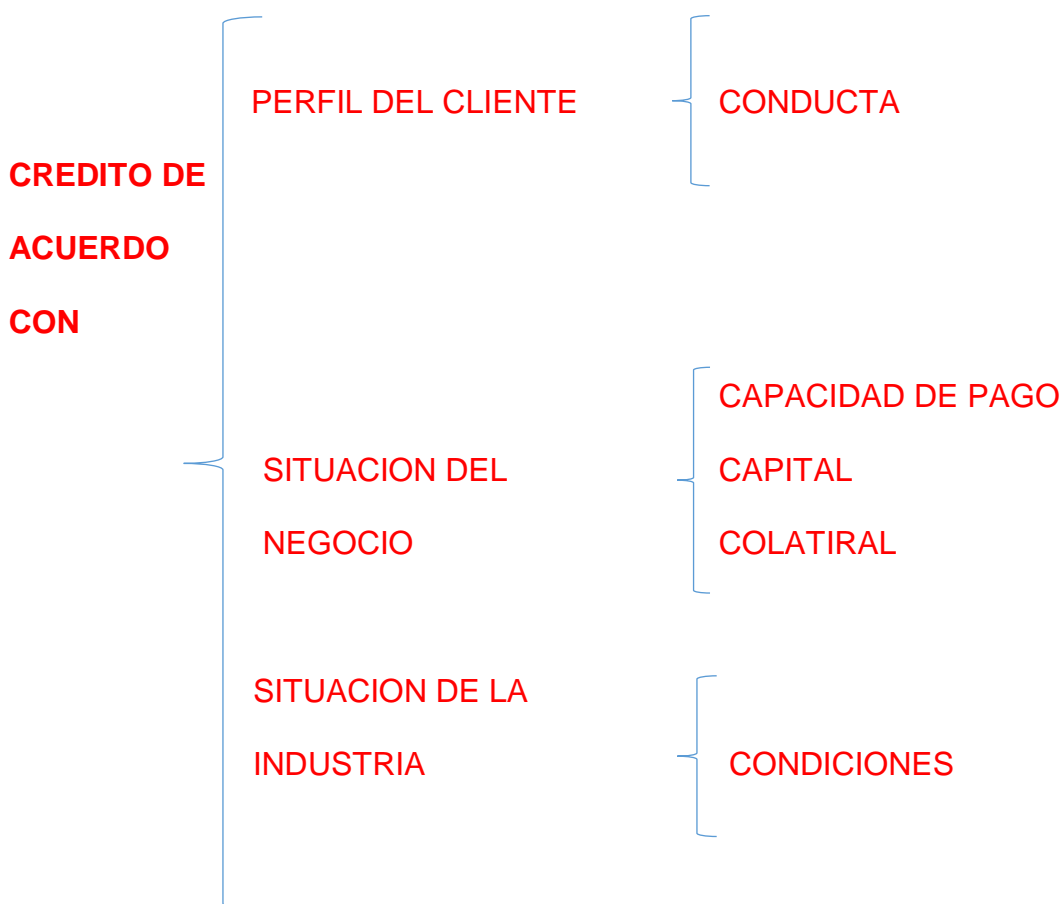
7 - Políticas de Cobranzas

Según Farfán, S. (2014), “Se refieren a la forma que debe administrarse la cobranza, cuando el cliente no paga su adeudo en término del crédito otorgado. Generalmente esta política es muy variable y está condicionada al mercado y giro del negocio en que opera la empresa. En condiciones normales en la primera semana, de vencida la factura, se le hace un llamado al cliente, a los 15 días se le envía un recordatorio amable, a los 30 días un nuevo recordatorio más enérgico y durante el mes siguiente se puede gestionar la cobranza a través de un representante de la empresa. Si el cliente no liquida su adeudo, este debe turnarse al departamento legal para su cobro”. (p.67).

Según Vallado, R. (2008); “Se refiere a los procedimientos que se siguen para obtener la recuperación de las cuentas por cobrar vencidas o a su vencimiento. Esta política es muy variable y está condicionada al mercado y giro del negocio.

1. Analizar la conveniencia de otorgar descuentos por pronto pago y/o ampliar términos y condiciones”.
2. “Implementar el cobro de intereses moratorios.
3. No descuidar la oportunidad de la facturación y entrega.
4. Utilizar sistemas automatizados para administrar la cartera”.

a) “Como evaluar las políticas de crédito. - El crédito debe pulverizarse, no es conveniente tener un solo cliente, debe diversificarse para que los riesgos, de falta de cobro no afecten a la empresa en forma importante. Es importante analizar el crédito: una herramienta conocida es a través de las cinco”.



Conducta

“Cuando los prestamistas evalúan el carácter, estudian la estabilidad, por ejemplo cuánto tiempo ha vivido en su dirección actual, cuánto tiempo lleva en su trabajo actual, y si tiene buenos antecedentes de pagar sus cuentas puntualmente y en su totalidad. Si usted desea obtener un préstamo para su empresa, el prestamista puede tomar en cuenta su experiencia y antecedentes en su negocio e industria para evaluar la confiabilidad de que usted pagará el préstamo”.

(Reputación). – “Historial del solicitante para satisfacer sus obligaciones financieras, contractuales y morales. Es una medida cualitativa. Factores a estudiar: - Grado de evidencia en información. - Experiencia de pago. - Conocimiento del cliente”.

Factores a estudiar:

- Grado de evidencia en información.
- Experiencia de pago.
- Conocimiento del cliente.

“Capacidad

La disposición del solicitante de pagar el crédito solicitado. Juicio subjetivo de posibilidades del cliente. Es una medida cuantitativa que se examina a través de la información financiera histórica. La información a evaluar es:

- Operación histórica (tendencias en ventas y utilidades).
- Capacidad de generar flujos de efectivo”.

“La capacidad se refiere a su capacidad para pagar el préstamo, tomando en consideración sus otras deudas y gastos. Los acreedores o prestamistas evalúan la proporción entre sus deudas y sus ingresos, es decir, hacen la comparación entre lo que debe y lo que gana. Cuanto menor sea esta relación, más confiarán los acreedores en su capacidad de pagar el dinero que pide prestado”.

Capital

“Capital se refiere a su valor neto – el valor de sus activos menos sus pasivos. En términos sencillos, cuánto vale lo que usted *tiene* (por ejemplo, un vehículo, propiedades inmobiliarias, dinero en efectivo e inversiones) menos lo que usted *debe*.

La solidez de la estructura financiera del solicitante, evaluando la congruencia de los recursos solicitados con su giro principal. Los factores a evaluar son: - Analizar su ciclo económico. - Analizar sus recursos de deuda y de capital. - Analizar la rentabilidad tanto de la inversión como del patrimonio”.

“Colateral

Se refiere a cualquier activo (por ejemplo, una vivienda) del que puede apropiarse el prestamista para pagar la deuda si el prestatario no puede hacer los pagos del préstamo según lo acordado. Algunos prestamistas pueden exigir un aval, además del colateral. Un aval quiere decir que otra persona firma un documento obligándose a pagar el préstamo si usted no puede hacerlo”.

“Importe de los bienes ofrecidos por el cliente como garantía del crédito concedido. Pueden constituirse con las propias garantías del bien o con otros

bienes dados en garantía como seguridad del pago del crédito solicitado. Factores a considerar: - Fuentes alternas de pago. - Contratación de seguros”.

Condiciones

“Determinar el comportamiento de la industria en su conjunto. En esencia, el objetivo consiste en definir cuál será la capacidad del solicitante de un país determinado. Términos de pago en función de la situación empresarial actual y de las tendencias económicas generales del país. Factores a considerar”:

- Riesgo sectorial.
- Ventajas competitivas.
- Nivel tecnológico.
- Grado de influencia.

“Los prestamistas toman en cuenta diversas circunstancias externas que pueden afectar a la situación financiera del prestatario y a su capacidad para pagar, por ejemplo, la situación de la economía local. Si el prestatario es una empresa, el prestamista puede evaluar la salud financiera de la industria del prestatario, su mercado local y a sus competidores. Algunos prestamistas preparan sus propias “tarjetas de puntuación” para los préstamos, usando aspectos de las 5 C y otros factores. Ejemplo: el crédito usado por el prestatario frente a crédito disponible”.

“Determinar el comportamiento de la industria en su conjunto. En esencia, el objetivo consiste en definir cuál será la capacidad del solicitante de un país determinado. Términos de pago en función de la situación empresarial actual y de las tendencias económicas generales del país. Factores a considerar”:

- Riesgo sectorial.

- Ventajas competitivas.
- Nivel tecnológico.

Según Morales J. (2014) Las 5 C del crédito

“Las 5 C del crédito contemplan los factores de riesgo que deberán ser evaluados al realizar un análisis de crédito”.

Primera c: conducta

“El objetivo de evaluar la conducta es determinar la calidad moral y capacidad administrativa de los clientes, a través de un análisis cualitativo del riesgo del deudor, que incluye evaluar la calidad y veracidad de la información del cliente, el desempeño en el pago de sus obligaciones con los bancos y con otros acreedores, liderazgo y las consecuencias en su operación”.

“La evaluación de este aspecto se realiza a través de la calificación de la conducta del deudor, donde se estudian los factores”:

- “Grado de evidencia en la información; Este factor evalúa la calidad de la información financiera² del deudor, presentada a los bancos donde solicita crédito.
- Experiencia de pago; Este factor evalúa el comportamiento del historial de pago del deudor con los bancos en los últimos 24 meses. Asimismo, analiza la oportunidad de pago en sus obligaciones y el cumplimiento en sus líneas y contratos crediticios.

- Conocimiento y experiencia del cliente; Este factor estudia el comportamiento de pago del deudor con terceros (otras instituciones financieras y proveedores). La consulta del historial de pago se realiza en el Buró de Crédito,³ pieza fundamental de este análisis. Además, dentro de este rubro se evalúa el impacto de las demandas Administrativas y judiciales en la operación de la empresa.
- Tipo de administración y estructura organizacional; Este factor analiza la estructura organizacional de la empresa. Mediante este análisis se determina la capacidad que tiene el deudor para optimizar la operación de sus negocios.
- Toma de decisiones, asertividad y visión empresarial; Este factor evalúa la capacidad empresarial del cliente para construir un historial exitoso de rentabilidad y un manejo prudente de la operación de sus negocios:
 - a) La dependencia de la toma de decisiones: ¿quién o quiénes determinan?
 - b) Experiencia de negocios dentro de su ramo: conclusión exitosa de proyectos.
 - c) Desempeño histórico: capacidad de reacción al enfrentar cambios en gustos y preferencia del mercado”.

Segunda c: capacidad de pago histórica

“El objetivo de analizar la capacidad de pago histórica es evaluar la habilidad del cliente de

Haber generado, en el pasado, los recursos suficientes para cumplir con sus compromisos financieros a través de un análisis cuantitativo de su riesgo financiero. Aquí se contempla el análisis de ventas netas, márgenes de utilidad y

generación de flujo neto para cubrir el pago de intereses, capital, dividendos e inversiones y sus tendencias y comparación”.

Operación histórica

“Este factor evalúa el comportamiento de las ventas y utilidades del cliente, reflejadas en el estado de resultados. Este análisis tiene como objetivo describir tendencias significativas de las ventas y de las utilidades durante los dos últimos años”.

Flujo neto histórico

“Este factor evalúa la capacidad de generar recursos (efectivo) provenientes de la propia actividad del negocio. Este análisis se fundamenta en el estudio detallado del flujo de efectivo (total) del cliente”.

Tercera c: capacidad de endeudamiento

“El objetivo de este factor es medir la solidez de la estructura financiera de la empresa, evaluando la congruencia de los recursos solicitados acordes con su giro principal; todo ello a través de un análisis cuantitativo del riesgo financiero del deudor. Aquí se contempla el análisis de tendencias y comparación con la industria de los índices de liquidez, apalancamiento, rentabilidad y eficiencia”.

Liquidez

“Este factor analiza la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus compromisos a tiempo, y se calcula a través de las siguientes razones financieras:

a) $\text{Liquidez inmediata} = (\text{caja, bancos y Val. Realiza.} + \text{clientes}) / \text{pasivo a corto plazo}$

b) $\text{Liquidez} = \text{activo circulante} / \text{pasivo a corto plazo}$

Este análisis de las razones financieras se debe complementar con un estudio del nivel de liquidez de la industria a la que pertenece el deudor.

Asimismo, el análisis en el uso de los activos evalúa:

a) Rotación de inventarios.

b) Rotación de cuentas por cobrar.

c) Rotación de cuentas por pagar (ciclo económico)".

Apalancamiento

"Este indicador analiza la estructura financiera (recursos de capital y de deuda) que el deudor utiliza para llevar a cabo las operaciones de la empresa. Su estructura financiera se mide a través del análisis del estado actual y de la tendencia de las siguientes razones financieras:

a) $\text{Apalancamiento} = \text{pasivo total} / \text{capital contable}$

b) $\text{Palanca financiera} = \text{pasivo con costo} / \text{capital contable}$

Este análisis se complementa analizando la posición de apalancamiento de la industria a la que pertenece el deudor".

Rentabilidad y eficiencia

"Este factor identifica el flujo de utilidades en los últimos dos años de operación del deudor. Para ello, se construyen las siguientes razones financieras:

a) ROA (rendimiento sobre el activo) = utilidad neta / activo total

b) ROE (rendimiento sobre el patrimonio) = utilidad neta / capital contable

Estas razones miden las tendencias y permiten realizar análisis comparativos respecto al promedio de rentabilidad de la industria a la que el deudor pertenece.

De manera paralela, se lleva a cabo un análisis del estado actual y de la tendencia de la eficiencia del deudor a través de la razón”:

Utilidad neta / Ventas netas

Cuarta c: “condiciones macroeconómicas

El objetivo de este factor es determinar el comportamiento de la industria en su conjunto, para determinar la influencia que tiene en la capacidad y fortaleza financiera del deudor”.

“El riesgo país

Se refiere al riesgo que asumen las entidades financieras por el posible impago por operaciones comerciales o préstamos que realizan a los sectores público y privado de otro país.

El riesgo país refleja la percepción de los operadores sobre la posibilidad de que un país pueda afrontar sus compromisos financieros internacionales.

En esencia, el objetivo del riesgo país consiste en definir cuál será la capacidad de los prestatarios de un país determinado, para acceder a las divisas necesarias que le permitan atender el servicio de la deuda contraída con dichas divisas, o en

caso externo, determinar la probabilidad de que acontezca la suspensión del pago internacional”.

“El riesgo país está determinado por ciertos índices, que evalúan a los países a través de/considerando su situación política y económica; esta apreciación es elaborada por euro Monet Institucional Investor, Standard & Poor’s, Fitch IBCA México, y Moody’s, que son las calificadoras más importantes en el ámbito internacional”.

Perspectiva de la industria

“Se determina la situación y perspectiva de crecimiento de la industria a la que pertenece el deudor dentro del contexto del perfil macroeconómico del país. Para ello, se evalúa el nivel de riesgo o atraktividad de la industria mediante tres factores: el económico, el de portafolio y el financiero.

La calificación del riesgo sectorial o de la atraktividad de la industria resulta de la ponderación de las calificaciones llevadas a cabo en los tres factores de riesgo anteriormente mencionados”.

“Posicionamiento de la empresa y participación

Este factor busca comparar a la empresa dentro de su industria, para determinar sus ventajas competitivas sostenibles y las desventajas frente a sus competidores.

Además, busca conocer el comportamiento del mercado donde el cliente participa a través de los factores que definen la competencia (mecanismos de asignación

de precios, nivel tecnológico, grado de integración, requerimientos de inversión, grado de regulación, tipo de organización industrial, etc.) y el grado de influencia de la empresa sobre proveedores, clientes y otros agentes económicos que participen en la cadena productiva”.

Quinta c: capacidad de pago proyectada

“El objetivo de este factor es analizar la capacidad que tiene un cliente para generar efectivo suficiente en el futuro, y cumplir sus compromisos financieros, con base en la viabilidad de su negocio, dentro de la industria.

Fuente primaria de pago

La fuente primaria de pago se define como los recursos esperados de pago, expresados en el balance del deudor. Generalmente, la fuente primaria de pago se encuentra ligada con el destino que el deudor dará al crédito solicitado. El indicador más común es el flujo de efectivo neto.

Con este indicador se llevan a cabo proyecciones del comportamiento de la fuente primaria de pago, con el mismo plazo establecido del crédito. Estas proyecciones incluyen escenarios desfavorables y promedio, los cuales ayudan a determinar el rango de variaciones negativas que puede presentar”.

Fuente(s) alterna(s) de pago

“Las fuentes alternas de pago son un recurso adicional del deudor para hacer frente a sus compromisos financieros, cuando la fuente primaria de pago resulta insuficiente. Se reconocen principalmente como fuentes alternas de pago las siguientes:

- a) Fuentes de fondeo con otras instituciones financieras.
- b) Fuentes de fondeo con mercados de deuda.
- c) Aportaciones de capital.
- d) Operaciones de factoraje”.

La debilidad de un crédito

“Cuando se solicita un crédito, no es suficiente presentar un excelente estudio de las 5 c, también debe considerarse una reflexión cuidadosa de las señales de incumplimiento del pago de un crédito que se agrupan en: 1) factores gerenciales, 2) factores financieros, 3) factores industriales, 4) factores de negocios, y 5) factores de seguimiento de la cuenta, los cuales se detallan a continuación:

Factores gerenciales

1. Cambios significativos en la composición de los accionistas del Consejo.
2. Respuestas evasivas o falta de acceso por parte de la gerencia.
3. Negar información.
4. Arrogancia en vez de cooperación.
5. Gastos excesivos en sus vidas privadas.
6. Falta de experiencia para ejecutar los proyectos emprendidos.
7. Elevada rotación de personal.
8. Gerencia o dirección débiles.
9. Incumplimiento de acuerdos o compromisos comerciales.
10. Incumplimiento de pagos con bancos, aunque justificados.
11. Estados financieros atrasados.
12. Crecimiento inusualmente rápido”.

Factores industriales

1. “Cambios en la capacidad productiva, lo cual genera ociosidad.
2. Reglamentaciones adversas o inexistentes.
3. Cambios tecnológicos y productos obsoletos.
4. Cambios en la política del gobierno.
5. Competencia extranjera.
6. Cambios en las preferencias del consumidor.
7. Cambios en la oferta de productos.
8. Sensibilidad a los ciclos económicos.
9. Posicionamiento débil en la industria.
10. Cambios en la reglamentación del gobierno.
11. Consolidación y concentración en la industria”.

Factores de negocios

1. “Ausencia de un plan de acción coherente.
2. Cambios en el negocio o en la estrategia.
3. Pérdida de posición en el mercado.
4. Problemas sindicales y sus consecuencias.
5. Fracaso al mantener el nivel de inversión en planta, investigación y desarrollo.
6. Crecimiento excesivo.
7. Venta de activos importantes”.

Factores de seguimiento que otorga y solicita crédito

1. “Falta de conocimiento adecuado de la gerencia.

2. Conocimiento insuficiente de la compañía.
3. Conocimiento insuficiente de los riesgos de crédito.
4. Análisis financiero superficial.
5. Incapacidad de analizar todos los aspectos.
6. Aceptación de hechos sin base.
7. Ser tomado por sorpresa y no estar preparado.
8. Carecer de una buena estrategia”.

“Así, podemos concluir y recomendar que para otorgar o solicitar un buen crédito, se debe considerar el estudio de las 5 c y el análisis sectorial consciente, objetivo y práctico”.

Según Farfán, S. (2014), “La responsabilidad de fijar las políticas de financiamiento recae en la administración financiera en coordinación con la dirección de compras. La dirección general debe conocerlas y aprobarlas.

La administración de las cuentas por pagar tiene que fijar las políticas, siendo las principales:

- La política de elevar al máximo el financiamiento que no tiene costo para la empresa consiste principalmente en la fijación de parámetros que se reciben de los proveedores y el aprovechamiento de los descuentos de pronto pago o pago anticipado.
- La política de obtención de crédito con proveedores se fija con parámetros en términos de días de crédito y se asignan según los diferentes insumos que se adquieren. La oferta y demanda del mercado en cada grupo o tipo de insumos es diferente y, dependiendo de esto, deben establecerse los días de crédito de

financiamiento. Un ejemplo de lo anterior se observa claramente en las tiendas de autoservicio, donde los suministros de leche, carne, verduras, etc., no tienen financiamiento y deben ser pagados de contado, en contra los de otros como vinos, ropa, artículos para el hogar, etc., tienen financiamientos de 90 o 120 días. Existen otros artículos como conservas, salchichería que se negocian con financiamientos de 30 o 60 días. El negociar con proveedores mejores términos de financiamiento tiene el peligro de incrementos en precios de compra o una baja en la calidad de insumos. Es importante que los insumos sean cotizados, por lo menos, por dos proveedores y que se ejerza un control estricto en la calidad de los insumos adquiridos.

- La política del aprovechamiento de los descuentos de pronto pago o pago anticipado debe señalar, como regla general, que deben negociarse si el descuento es mayor al costo de oportunidad del mercado. Una parte importante de la administración financiera de las cuentas por pagar lo constituye el contacto formal y continuo de los departamentos de compras y finanzas con los proveedores más importantes, tratando de optimizar, plazos, descuentos, etc., lo que redundará en buenos frutos.

- La política del nivel de endeudamiento de la empresa está relacionada con los límites de solvencia que la empresa pueda tener: La relación que deben tener los pasivos con el capital contable de la empresa, generalmente es de una relación de deuda / capital de 40% / 60% la que se considera conservadora, la relación de 45% / 55% es normal y la de 50% / 50% es agresiva. Arriba de esta última relación generalmente se considera que la situación financiera de la empresa se debilita.

- Vigilar la exposición de las cuentas por pagar ante la inflación y devaluación de la moneda. Las cuentas por pagar son pasivos monetarios que están expuestas a la inflación. Este concepto del pasivo circulante tiene generalmente una influencia importante en el resultado por posición monetaria, genera utilidad y contrarresta la exposición de los activos monetarios. Los adeudos en moneda extranjera producen pérdidas por la devaluación de la moneda.

- Establecer políticas de cobranza

La última etapa en el desarrollo de una política de crédito consiste en decidir respecto del cobro. Estas políticas pueden variar desde no hacer nada si un cliente paga en forma tardía, o usar medidas relativamente diplomáticas; por ejemplo, enviar una carta para requerir el pago, cobrar intereses sobre los pagos que se retrasan más de cierto periodo específico, hasta amenazar con tomar acciones legales al primer retraso, todo dependerá de lo que la empresa desee enviar como mensaje a los clientes”.

Según Morales, J. (2014), “las políticas de cobro son los procedimientos que sigue la empresa para cobrar los créditos que ha otorgado a sus clientes. Cualquier sistema de cobranzas para que tenga éxito debe recibir dinero. Este objetivo se vuelve menos obvio y bastante menos probable de lograr cuando se agregan los requerimientos adicionales de retención del buen nombre, la rehabilitación del deudor, la prontitud en el pago y la operación económica. De acuerdo con el objetivo que se establezca en la empresa, referente a la cobranza de los créditos otorgados a los clientes, será el marco de referencia para establecer las políticas de cobranza, probablemente acepte las súplicas de los clientes para dilatar los pagos, lo cual conducirá a la empresa a establecer

políticas amables y hasta delicadas, que seguramente conducirán a una cobranza más lenta.

Lo recomendable es que las políticas de cobranza se analicen de manera periódica de acuerdo con las condiciones y necesidades de la compañía, y de la situación en que se desarrollan sus operaciones”.

“Por lo general, se distribuye un resumen de dicha política a los diferentes elementos de la organización relacionados directa o indirectamente con ella: finanzas, contabilidad, ventas, personal, y a quienes realizan físicamente el trabajo de cobro. De manera tácita, pero claramente entendida, las políticas de trabajo fluyen del personal de mayor experiencia hacia el nuevo, a fin de perpetuar las diferentes técnicas cuya aplicación es fruto de una eficaz labor de cobranza dentro de una organización establecida”. (p 164).

8- Tipos de Políticas de Cobranza

Según Morales, J. (2014), “Los tipos de cobranza existentes en las empresas generalmente son los siguientes:

- a- cobranza normal, se realiza mediante la emisión del estado de cuenta o factura al momento que se recibe el pago convencional, con lo cual el cliente se informa de la evolución de su crédito;
- b- cobranza preventiva, se puede hacer algún recordatorio de fechas de vencimientos próximas o recientes para los clientes, puede hacerse telefónicamente, a través de correo o bien por medio de visitantes;
- c- cobranza administrativa, es la cartera de clientes que están por vencer y que no ha tenido gestión anterior;

d- cobranza domiciliaria, cuando un cliente se encuentra atrasado en el pago de sus cuentas, la visita domiciliaria se hace necesaria para definir el proceso de cobranza;

e- cobranza extrajudicial, se ejecuta para todas aquellas cuentas vencidas, donde quizá se ha aplicado algún tipo de gestión de cobranza anteriormente y sus resultados han sido infructuosos;

f- cobranza judicial, se inicia cuando el deudor no ha cumplido con sus obligaciones crediticias y el acreedor inicia el trámite ante los tribunales de justicia para que a través de un juicio se dicte la sentencia y así recuperar el saldo del crédito y los gastos de cobranza". (p 153).

Según López, I. (2015), "las estrategias que se usan para la cobranza se establecen de acuerdo con el grado de cumplimiento que haga en los pagos del crédito el cliente, es decir, de acuerdo con cómo será su cumplimiento en los pagos del crédito.

Los tipos de cobranza existentes en las empresas generalmente son los siguientes:

1. Cobranza normal: emisión de estado de cuenta o factura con recepción de pago por medios convencionales.
2. Cobranza preventiva.
3. Cobranza administrativa.
4. Cobranza domiciliaria.
5. Cobranza extrajudicial.

Cobranza prejudicial: agencias externas de cobranza. Cobranza judicial (p. 80 - 152).

9. Cliente

a). Características”.

Según, Ferre, J. (2004) “en su Enciclopedia de Marketing y Ventas sostiene: El cliente se define mediante una serie de características

- Aquel comprador que está satisfecho con los productos y servicios
- Que mantiene unos lazos, relación continuada y es fiel a la organización
- Que cada vez comprara más con menos esfuerzo por parte de la organización – inversión en acción comercial – como consecuencia de esta relación y, por tanto, su rentabilidad aumentara
- Que aceptara de buen grado las nuevas propuestas (nuevos productos y servicios pues confía y está satisfecho con la organización
- Que, a través de una relación continuada, se conocen mejor sus necesidades y deseos y, con ello, la propia capacidad para satisfacerle aumenta con menor esfuerzo (curva de experiencia)
- Aquel que aporta los recursos (beneficios) que permitirán seguir invirtiendo en desarrollar la organización y mercado. Captar nuevos compradores para convertirlos en clientes.

Pero sobre todo el cliente es;

- La razón de la existencia de la organización. La organización o empresa existe porque tiene clientes.
- La plataforma para el desarrollo de la organización. El cliente aporta los recursos necesarios para poder seguir compitiendo en el mercado". (p.700)

b. Clientes fieles o clientes cautivos

Según Ferre, J. (2004), no se debe caer en el error o la miopía de creer que, por el hecho de tener clientes, se están haciendo las cosas bien.

La relación y lazos con los clientes pueden tener dos vertientes.

- Clientes cautivos. Son clientes por no disponer de otra opción de compra, por ser la opción menos negativa que tienen o por otras causas de orden organizacional (por ejemplo, imposiciones de diversas índoles)
- Clientes fieles. Son aquellos que frente a diversas posibles opciones o por mantener y consolidar las relaciones con la organización al ser esta capaz de cubrir con mayor satisfacción sus necesidades y deseos. (p.704)

c- El cliente a la práctica, ¿quiénes son los propios clientes?

Ferre, J. (2004), en muchas ocasiones no resulta fácil y evidente definir quiénes son los propios clientes o sobre que colectivo se deben centrar las acciones de marketing relacional.

Al definir clientes, surge una amalgama de tipologías: clientes actuales, clientes finales, clientes internos, etc.

La verdad es que no existen patrones para definir quiénes son los propios clientes, pero en cualquier caso al definir adecuadamente al colectivo es fundamental.

Ante ello, deben hacerse las siguientes consideraciones:

- No existen fórmulas universales de definición.
- Es un tema de permanente discusión y debate.
- Esta básicamente en función del tipo de empresa, de su actividad, de sus procesos de comercialización, de sus relaciones y de su poder frente a la distribución y los circuitos de distribución. (p.705)

d. El valor del cliente

Ferre, J. (2004), Viene definido a partir de dos parámetros:

Valor del cliente = f (beneficios, tiempo)

El valor del cliente estará en función de los beneficios que aporte a lo largo de la relación y/o del tiempo que este con la empresa u organización.

Así pues, para incrementar el valor de un cliente, se debe:

- Hacer que compre mas
- Hacer que este más tiempo con la empresa. (p.709)

B. LIQUIDEZ

Según la Revista Venezolana de Gerencia, Año 14, No. 48, 2009. “Señala lo siguiente: Sin embargo, para Gitman, L. (2003), la Liquidez se mide por la capacidad que posee una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo en la medida que se vencen. Este autor considera que la liquidez está referida a la solvencia de la posición financiera general de la organización, lo que se traduce en la facilidad que tiene la empresa para pagar sus deudas.

No obstante, la liquidez es la capacidad inmediata de pago con la cual una empresa puede responder a sus acreedores; en tanto, la solvencia es la capacidad que tiene una empresa de responder en el corto plazo; cuya capacidad se refleja en la posesión de bienes que la empresa pueda disponer para cancelar los compromisos contraídos en corto tiempo. Para que una empresa sea solvente debe estar dispuesta a liquidar los pasivos contraídos al vencimiento de los mismos; además, debe demostrar que está en capacidad de continuar con una trayectoria normal que le permita mantener un entorno financiero adecuado en el futuro”.

“De este modo, la solvencia se refleja en la tenencia de cantidades de bienes que una empresa dispone para saldar sus deudas, pero sí para esa empresa no es fácil convertir esos bienes en efectivo para realizar sus cancelaciones, entonces no existe liquidez; por ello, es importante destacar que una empresa con liquidez es solvente pero no siempre una empresa solvente posee liquidez. Desde el punto de vista económico, la liquidez está dada por la facilidad o dificultad de convertir un activo en dinero efectivo en forma inmediata y sin que sufra pérdida

significativa de su valor, esto indica que mientras más fácil sea convertir u en efectivo más líquido será ese activo”. (p.613)

Rubio, P. (2007) “en su libro Manual de Análisis Financiero indica sobre concepto de Liquidez: El grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes es la medida de su liquidez a corto plazo. La liquidez implica, por tanto, la capacidad puntual de convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo”.

“Algunos autores se refieren a este concepto de liquidez con el término de solvencia, definiéndola como la capacidad que posee una empresa para hacer frente a sus compromisos de pago”.

“De igual forma, debemos hablar de la existencia de diferentes niveles de liquidez. Una falta de liquidez puede significar que la empresa sea incapaz de aprovechar unos descuentos favorables u otras oportunidades rentables. También puede suponer un freno notable a la capacidad de expansión. Es decir, la falta de liquidez a este nivel implica una menor libertad de elección y, por tanto, un freno a la capacidad de maniobra”. (p.16)

La Revista Universo Contábil, ISSN 1809-3337 Blumenau, v. 8, n. 2, p. 134-145, (2012) señala en sus artículos sobre el tema de Liquidez: Existen diversas definiciones de Liquidez. Para Suárez Suárez (1977) es el “grado de certidumbre de disposición inmediata de recursos dinerarios sin pérdida”. Tamales y Gallego (1994) entienden por liquidez, la “naturaleza de ciertos activos según la cual son transformables en dinero efectivo de forma efectiva”. Según Perales Gómez

(1997), se entiende por liquidez “los medios líquidos efectivos” de la empresa.

(p.138)

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) “Anuario de ratios financieros sectoriales en

México para análisis comparativo empresarial” sostiene: “La liquidez es la

capacidad que tiene la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.

Las ratios que se han seleccionado han demostrado ser predictores de insolvencia desde Beaver en 1968 hasta Mongrut, Fuenzalida y Akamine (2011).

Cada vez los investigadores proponen un menor número de ratios predictores de éxito en una empresa. Otros estudios proponen ratios predictores más eficientes y rápidos para detectar el fracaso empresarial (Labatut, Pozuelo y Veres, 2009)”.
(p.277)

$$\text{Circulante} = \frac{\text{activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Prueba rápida} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Capital neto de trabajo} = \text{Activo circulante} - \text{Pasivo circulante}$$

$$\text{Pasivo circulante Disponible} = \frac{\text{Efectivo e inversiones a corto plazo}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Coeficiente de solvencia} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Capital contable}}$$

- Endeudamiento

Continua Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) 2009. "Las ratios de endeudamiento miden el nivel de deuda comparada con la aportación de los socios. Los tipos de deuda se miden con las ratios de deuda a corto y largo plazo. El ratio de cobertura de gastos financieros es aplicado para conocer cuántas veces alcanza cubrir los intereses con el rendimiento de la actividad principal del negocio. Para Mosqueda, R. (2005) el ratio de presión Financiera es determinante en la especificación del RPV (ver cuadro 1)". (p.277)

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Capital contable}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Deuda a corto plazo} = \frac{\text{Pasivo a corto plazo}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Deuda a largo plazo} = \frac{\text{Pasivo a largo plazo}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Presión Financiera} = \frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Ventas Totales}}$$

- Ratios de gestión de activos

Continuamos con Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012). “Estos miden la eficiencia con que se están utilizando los activos para generar ventas. La rotación del activo total, activo Fijo neto y activo circulante, mide las veces en que éstos se recuperan mediante las ventas; estos ratios son considerados predictores de solvencia, su monitoreo evita el fracaso en las empresas y generan valor, (Altman) 1968; Amat, O., Leiva, LI. y Graells, J.,2002)”. (p.278)

$$\text{Rotación del activo} = \frac{\text{Ventas netas} \times 100}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{C Rotación del activo Fijo} = \frac{\text{Ventas netas} \times 100}{\text{Activo Fijo neto}}$$

$$\text{Rotación del activo circulante} = \frac{\text{Ventas netas} \times 100}{\text{Activo Circulante}}$$

Composición de activos:

$$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Activo Total}}$$

<u>Activo Fijo neto</u> Activo Total

- Ratios del ciclo económico

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) “El ciclo económico es la suma de los días en que tarda el inventario en salir para su venta y los días de recuperación de las cuentas por cobrar. A esta sumatoria se le restan los días que la empresa tarda en pagarle a sus proveedores. Este ciclo debe ser el más corto posible. Es importante mencionar que cada sector tiene promedios de ciclos económicos diferentes debido a su actividad”.

Días de inventarios = $\frac{\text{Inventarios} * 365}{\text{Costo de ventas}}$

Días de cuentas por cobrar = $\frac{\text{CXC} * 365}{\text{Ventas netas}}$

Días de proveedores = $\frac{\text{Proveedores} * 365}{\text{Costo de ventas}}$

Ciclo Financiero = Días de inventarios + Días de cuentas por cobrar– Días de proveedores.

- Ratios de rendimiento

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) “El rendimiento en una empresa de lucro en su razón de ser. Los mejores predictores de éxito son los que en su numerador tienen las cuentas de resultados o beneficios, todos los citados en el cuadro 1 proponen alguna ratio considerando los beneficios retenidos, antes de intereses e impuestos o es de impuestos, en el numerador. Labatut, Pozuelo y Veres (2009), proponen como ratio más rápido para evitar fracasos el retorno líquido”. (p.278)

Rentabilidad operativa	=	<u>BAll</u>
		Activo total

Rentabilidad Financiera	=	<u>Beneficio neto</u>
		Capital contable

Retorno sobre ventas	=	<u>Beneficio neto</u>
		Ventas

Retorno líquido	=	<u>Flujo de caja</u>
		Ventas

Brealey, M. (2007) Todos hemos oído hablar de magos de las finanzas capaces de examinar en un instante las cuentas de la empresa, calcular los ratios financieros y descubrir los secretos más íntimos de las compañías. Pero la verdad es que las ratios financieras no pueden

reemplazar la “bola de cristal. Son solo una manera útil para resumir grandes cantidades de datos financieros y de comparar el comportamiento de las empresas. Los ratios nos ayudan a plantear las preguntas apropiadas, pero pocas veces los responden”. (p.482)

Los Ratios de Apalancamiento,

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) “cuando las empresas se endeudan, prometen hacer una serie de pagos de intereses y luego devuelven la cantidad que han recibido. Si los beneficios aumentan, los acreedores siguen recibiendo pagos fijos de intereses, con lo que esos beneficios terminan en manos de los accionistas. Por supuesto si los beneficios caen sucede todo lo contrario. En este caso, los accionistas sufren todas las pérdidas. En las épocas malas, una empresa que ha adquirido grandes deudas puede verse imposibilitada para pagarlas. En este caso la empresa quiebra y los accionistas pierden toda su inversión. Como la deuda incrementa la rentabilidad de los accionistas en las épocas buenas y la reduce en las malas, se dicen que crea apalancamiento financiero. Los ratios de apalancamiento miden cuanto endeudamiento financiero tiene la empresa”. (p.484)

Ratio de Endeudamiento,

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) en general el apalancamiento “se mide por el ratio de la deuda a largo plazo sobre el capital total a largo plazo. Aquí, la expresión “deuda a largo plazo” no solo barca las obligaciones u otros prestamos, sino también el valor de los arrendamientos a largo plazo. El capital total a largo plazo que a veces se denomina capitalización total, es la suma de la deuda a largo plazo y el capital propio de los accionistas”. (p.484)

Ratios de Liquidez,

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) **Si** usted da “crédito a un cliente o si hace un préstamo bancario a corto plazo, le interesan más cosas que el apalancamiento de la empresa. Querrá saber si recuperar el dinero que ha prestado. Esta es la razón por la que los analistas y los banqueros aplican diversas medidas de liquidez. Los activos líquidos se pueden convertir en dinero con rapidez y con poco coste”.

“Los Ratios de Liquidez también tiene algunas características menos deseables. Dado que los activos y los pasivos a corto plazo cambian fácilmente, las medidas de liquidez se des actualizan rápidamente. Puede que no sepa cuánto vale un catalizador, pero puede estar seguro de que desaparecerá de un día para otro.

Además, las empresas suelen imponer periodos de poca actividad para finalizar sus ejercicios. Por ejemplo, los minoristas acaban el año contable en enero, después de la temporada navideña. En esos momentos es probable que las empresas dispondrán de más tesorería y tengan menos deuda a corto plazo que en la temporada de mayor actividad”. (p.487)

“Revista Venezolana de Gerencia, Año 14, No. 48, 2009 “Las ratios de eficiencia, Las empresas quieren utilizar sus activos de forma eficiente, y los analistas financieros quieren medir esa eficiencia. Por supuesto, definir una medida sencilla de “eficiencia” para las empresas que utilizan muchas entradas y tecnologías puede ser difícil generar más actividad sin hacer más inversiones”. (p.489)

Los Ratios de Rentabilidad

Bernal-1 D. y Amat-2 Oriol (2012) Se centran en los beneficios de la empresa. Por supuesto, se espera que las grandes empresas generen más beneficios que las pequeñas, por lo que para facilitar la comparativa entre una empresa, los beneficios totales se expresan por

cada dólar. Por ejemplo, los accionistas quieren saber cuánto beneficio se ha generado en cada dólar que han invertido en la empresa. De forma parecida el margen de beneficios nos dice el beneficio generado por cada dólar de ventas. Los analistas financieros utilizan varias medidas de rentabilidad. (p.490)

Según Bazalar J. (2013), "Ratios de Actividad

Estos índices permiten evaluar el nivel de actividad de la empresa y a la eficacia con la cual está utilizando sus recursos disponibles, a partir del cálculo del número de rotaciones de determinadas partidas del balance general durante el año, de la estructura de inversiones, y del peso relativo de los diversos componentes del gasto, sobre los ingresos que genera la empresa a través de las ventas".

Entre ellos podemos citar:

Rotación de Cuentas por Cobrar

"Este Ratio indica que tan rápidamente una empresa convierte sus cuentas por cobrar en efectivo. Ella se determina dividiendo las ventas netas por el saldo promedio de las cuentas por cobrar".

$$\text{Rotación} = \frac{\text{ventas netas}}{\text{Cuentas por cobrar promedio}} = \text{No de veces}$$

Adicionalmente se puede calcular un ratio expresado en días, la que resultaría de dividir el número de días de un año (360 días) entre la tasa de rotación calculada anteriormente. Es decir:

$$\text{Periodo prom. De cobranza} = \frac{360}{\text{Rotación de cuentas por Cobrar}} = \text{N. Días}$$

O de su fórmula equivalente.

$$\text{Periodo prom. De cobranza} = \frac{\text{Cuentas por cobrar promedio} \times 360}{\text{Ventas}}$$

Cuentas de cobranza dudosa

“Se denominan cuentas de cobranza dudosa, aquellas que habiéndose realizado las gestiones de cobranza y transcurrido un tiempo más allá de lo razonable no se ha podido hacer efectivo su cobro debido a dificultades financieras del deudor.

Cuando se den estas condiciones es necesario reconocer como gasto el incobrable, efectuando una provisión contable y posteriormente castigarla, vale decir eliminar de las cuentas por cobrar”.

“Tributariamente según el Art 21 del Reglamento del Impuesto a la Renta, se precisa algunos requisitos para que sean considerados de cobranza dudosa.

Provisión de deudas incobrables:

- Que la deuda se encuentre vencida y se demuestre las dificultades financieras del deudor.

- Que se hayan realizado las gestiones de cobranza respectivas o el inicio de procedimientos judiciales.
- Que hubieran transcurrido más de 12 meses desde la fecha de vencimiento
- Que la provisión al cierre del ejercicio figure en el Libro de Inventarios y Balances en forma discriminada.
- No se reconocerá deuda incobrable la deuda entre partes vinculadas.
- Tampoco las deudas afianzadas por empresas del sistema financiero y garantizados por derechos reales, depósitos dinerarios o compra venta con reserva de propiedad.
- Tampoco las deudas que hayan sido objeto de renovación o prórroga expresa”.

Ejemplo:

Al 31 de Diciembre 2012, tenemos el siguiente detalle de cuentas por cobrar:

* Se conoce que la empresa a ingresado a un proceso de insolvencia ante INDECOPI.

Fecha	Documento	Cliente	Importe
20/08/2011	F/ 001-3528	“A”	16,200
30/12/2011	F/ 001-3845	“B”	9,500
20/04/2012	F/. 001-4023	“C”	3,700 *
30/06/2012	F/. 001-4135	“D”	4,500
20/12/2012	F/. 001-4327	“E”	13,500
21/12/2012	F/. 001-4456	“F”	6,870
24/12/2012	F/. 001-4498	“G”	21,200

----- X -----

“68 Valuación y determinación de activos y provisiones S/. 29,400

684 Valuación de activos

6841 Estimación de Cuentas de Cobranza Dudosa	
19 Estimación de Cuentas de Cobranza Dudosa	S/. 29,400
191 Cuentas por Cobrar Comerciales	
31/12 Por la provisión de cobranza dudosa	
----- x -----	
95 Gastos de Ventas	S/. 29,400
951 Gastos de Ventas	
78 Cargas cubiertas por provisiones	S/. 29,400
780 Cargas cubiertas por provisiones	
31/12 Por el destino de los gastos	
----- x -----	

Castigo de Cuentas de Cobranza Dudosa

- Para castigar una deuda se requiere que esta haya sido provisionada previamente
- Se haya ejercido las acciones judiciales, salvo que se demuestre que es inútil ejercitarlas o que el monto exigible a cada deudor no exceda de 3UIT.
- Tratándose de deudas que hubieran sido condonadas se emitirá la nota de crédito y el deudor considerarla como un ingreso gravable.

Ejemplo:

Al 31 de Diciembre 2013 tenemos el siguiente detalle de cuentas por cobrar:

* Deudas provisionadas como incobrables en el ejercicio anterior”.

Fecha	Documento	Cliente	Importe
20/08/2011	F/ 001-3528	"A"	16,200*
30/12/2011	F/ 001-3845	"B"	9,500 *
20/04/2012	F/. 001-4023	"C"	3,700 *
30/06/2012	F/. 001-4135	"D"	4,500
20/12/2012	F/. 001-4327	"E"	13,500
21/12/2012	F/. 001-4456	"F"	6,870
24/12/2012	F/. 001-4498	"G"	21,200

----- X -----

19 Estimación de Cuentas de Cobranza Dudosa S/. 29,400

191 Cuentas por Cobrar Comerciales

12 Cuentas por Cobrar Comerciales S/. 29,400

121 Facturas

31/12 Por el castigo de la cobranza dudosa".

Deudor

Según, Medina, M. (1999) "es aquella persona natural o jurídica que tiene la obligación de satisfacer una cuenta por pagar contraída a la parte acreedora o prestamista, ello cuando el origen de la deuda es de carácter voluntario es decir, que el deudor decidió libremente comprometerse al pago de dicha obligación. Dada esta situación, en la que el deudor no efectúe los pagos a su acreedor, éste podrá ejercer acciones legales contra el deudor para intentar recuperar la deuda correspondiente. Debemos hacer constar, aunque sea obvio, que si no hay ningún documento que sea capaz de demostrar la citada deuda, legalmente la prestación no existirá y no se podrá efectuar ningún tipo de acción legal contra el moroso".

Rocca L. (2008), señala en su artículo "Deudores...nueva clasificación" "las funciones asignadas a los bancos, intermediarios financieros son las siguientes:

- Brinda acceso al sistema de pagos para los agentes económicos. La banca reduce los costos de transacción al hacer más eficiente y menos oneroso el uso de los recursos monetarios, facilitando su movilidad a bajo costo y riesgo. Los bancos conocen la solvencia de sus clientes y ello facilita la movilidad de los recursos.
- Transforma activos. La banca transforma el portafolio de depósitos de sus ahorristas, quienes esperan la continua disponibilidad de sus recursos, por uno de créditos demandados por empresas que buscan principalmente financiar proyectos de alto riesgo, gran tamaño y largo plazo.
- Maneja riesgos. Los riesgos más importantes que maneja la banca son el de crédito (o incumplimientos del deudor), el de la tasa de interés y el de liquidez (asociados al manejo de los activos y pasivos aunque la naturaleza de cada uno es distinta), el de mercado (cambios en el valor de la empresa por variaciones en las condiciones del mercado) y el riesgo operacional (vinculado a la estructura organizativa de la empresa).
- Monitorea los proyectos desarrollados por sus prestatarios. La banca interviene en tecnologías de información que le permitan conocer adecuadamente a sus prestatarios, además de disminuir la probabilidad de que estos hagan un uso distinto del dinero que el declarado por ellos al banco en su proyecto.

Por ello, se señala que los elementos esenciales del crédito son la confianza, el tiempo y el riesgo. En relación a la primera de ellas se debe indicar que el banquero (dueño del negocio) es una empresa organizada, con particular conocimiento del mercado, que ofrece sus servicios a la comunidad sobre la

base de que el conoce particularmente bien el mundo en que se mueve y ha podido anticipar los riesgos, prevenir situaciones que deben evitarse. En tal sentido, se genera una especial confianza en la comunidad que a cambio le va a exigir un riguroso cumplimiento de sus obligaciones y eso es precisamente lo que espera”.

“De acuerdo con lo indicado, el marco regulatorio relativo a la evaluación y clasificación del deudor tomo mayor importancia a partir de la dación de la resolución SBS N° 572-97 (Reglamento para la evaluación y clasificación del deudor y la exigencia de provisiones), norma que desde su emisión sufrió varias modificaciones, por lo que con el afán de unificar el marco normativo existente y con el objeto de incorporar nuevas tendencias internacionales en administración de riesgo crediticio, fue sustituida por el hoy vigente reglamento para la evaluación y clasificación del deudor y la exigencia de provisiones, aprobado por Resolución SBS N° 808-2003, el cual se mantendrá en vigencia hasta el 31 de diciembre de 2009.

En lo que se refiere a la clasificación del deudor financiero, se introdujo como criterio de clasificación los posibles efectos de los riesgos financieros relacionados con el descalce de moneda, plazo y tasa de interés de los estados financieros de la empresa deudora que pudieran repercutir en su capacidad de pago, con especial énfasis en las operaciones con instrumentos financieros derivados. Asimismo entre los parámetros de clasificación se precisó que prevalece el que refleje un mayor riesgo por parte del deudor, siendo el caso que el cumplimiento de las obligaciones solo será válido

cuando los fondos empleados para tal fin sean generados por el propio deudor y no provengan de financiamientos directos o indirectos otorgados por terceros, ni constituyan una simple instrumentación contable sin que medien ingresos reales”. (p.1)

Resolución SBS N°11356-2008

“Clasificación crediticia del deudor de la cartera de créditos

1. Categorías de clasificación crediticia

El deudor será clasificado de acuerdo a las siguientes categorías:

- Categoría Normal (0)
- Categoría con Problemas Potenciales (1)
- Categoría Deficiente (2)
- Categoría Dudoso (3)
- Categoría Pérdida (4)

2. Clasificación del deudor de la cartera de créditos corporativos, a grandes empresas y a medianas empresas.

2.1 Categoría Normal (0)

El deudor:

- a) Presenta una situación financiera líquida, con bajo nivel de endeudamiento patrimonial y adecuada estructura del mismo con relación a su capacidad de generar utilidades. El flujo de caja no es susceptible de un empeoramiento significativo ante modificaciones

importantes en el comportamiento de las variables tanto propias como vinculadas con su sector de actividad; y,

- b) Cumple puntualmente con el pago de sus obligaciones.

Adicionalmente y sin perjuicio de lo establecido en los incisos a) y b) precedentes, la empresa del sistema financiero considerará si el deudor:

- a) Tiene un sistema de información consistente y actualizada, que le permita conocer en forma permanente su situación financiera y económica;
- b) Cuenta con una dirección calificada y técnica, con apropiados sistemas de control interno;
- c) Pertenece a un sector de la actividad económica o ramo de negocios que registra una tendencia creciente; y,
- d) Es altamente competitivo en su actividad.

2.2 Categoría con problemas potenciales (1)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- a) Una buena situación financiera y de rentabilidad, con moderado endeudamiento patrimonial y adecuado flujo de caja para el pago de las deudas por capital e intereses. El flujo de caja podría, en los próximos doce (12) meses, debilitarse para afrontar los pagos, dado que es sumamente sensible a modificaciones de variables relevantes

como entorno económico, comercial, regulatorio, político, entre otros;

o,

- b) Atrasos ocasionales y reducidos en el pago de sus créditos que no exceden los 60 días.

2.3 Categoría deficiente (2)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- a) Una situación financiera débil y un flujo de caja que no le permite atender el pago de la totalidad del capital y de los intereses de las deudas. La proyección del flujo de caja no muestra mejoría en el tiempo y presenta alta sensibilidad a modificaciones menores y previsibles de variables significativas, debilitando aún más sus posibilidades de pago. Tiene escasa capacidad de generar utilidades; o,
- b) Atrasos mayores a sesenta (60) días y que no excedan de ciento veinte (120) días.

2.4 Categoría Dudoso (3)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- a) Un flujo de caja manifiestamente insuficiente, no alcanzando a cubrir el pago de capital ni de intereses; presenta una situación financiera crítica y muy alto nivel de endeudamiento patrimonial, y se encuentra obligado a vender activos de importancia para la actividad

desarrollada y que, materialmente, son de magnitud significativa con resultados negativos en el negocio; o,

- b) Atrasos mayores a ciento veinte (120) días y que no excedan de trescientos sesenta y cinco (365) días.

2.5 Categoría Perdida (4)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- a) Un flujo de caja que no alcanza a cubrir sus costos. Se encuentra en suspensión de pagos, siendo factible presumir que también tendrá dificultades para cumplir eventuales acuerdos de reestructuración; se encuentra en estado de insolvencia decretada o está obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada, y que, materialmente, sean de magnitud significativa; o,
- b) Atrasos mayores a trescientos sesenta y cinco (365) días.

3.- Clasificación crediticia del deudor de la cartera de créditos a pequeñas empresas, a microempresas de consumo resolvente y consumo no resolvente

Estos deudores deberán clasificarse conforme a los siguientes criterios:

3.1 Categoría Normal (0)

Son aquellos deudores que vienen cumpliendo con el pago de sus créditos de acuerdo a lo convenido o con un atraso de hasta ocho (8) días calendario.

3.2 Categoría con problemas potenciales (1)

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus créditos de nueve (9) a treinta (30) días calendario.

3.3 Categoría Deficiente (2)

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus créditos de treinta y uno (31) a sesenta (60) días calendario.

3.4 Categoría Dudoso (3)

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus créditos de sesenta y uno (61) a ciento veinte (120) días calendario.

3.5 Categoría Perdida (4)

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de sus créditos de más de ciento veinte (120) días calendario.

4. Clasificación crediticia del deudor de la cartera de créditos hipotecarios para vivienda

4.1 Categoría Normal (0)

Son aquellos deudores que vienen cumpliendo con el pago de sus créditos de acuerdo a lo convenido o con un atraso de hasta treinta (30) días calendario.

4.2 Categoría con problemas potenciales (1)

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de treinta y uno (31) a sesenta (60) días calendario.

4.3 Categoría Deficiente (2)

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de sesenta y uno (61) a ciento veinte (120) días calendario.

4.4 Categoría Dudoso (3)

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de ciento veintiuno (121) a trescientos sesenta y cinco (365) días calendario.

4.5 Categoría Perdida (4)

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de más de trescientos sesenta y cinco (365) días calendario". (p.16)

Ventas

Según, León, N. (2013) en sus artículos de la "Revista de Ciencias Sociales (Ve)" afirma: "Las ventas pueden significar el inicio o el final de la cadena de valor de una empresa, siendo su pilar fundamental ya que es la única actividad que genera ingresos. Thompson y Strickland (2005), consideran la cadena de valor, como la cadena de las actividades generadoras de valor que se requieren para suministrar un producto o servicio, iniciando con el aprovisionamiento de materia prima, la producción de componentes, la fabricación, el ensamblaje, la distribución y la venta hacia el consumidor final". (p.385)

“El proceso de generación de valor es sistematizado a lo que Chiavenato (2006), refiere que deben organizarse, estructurar e integrar los recursos y los órganos involucrados en la ejecución de la labor; así como establecer las relaciones entre ellos y las atribuciones de cada uno de los departamentos involucrados, es decir, que para alcanzar los objetivos, ejecutar los planes y lograr trabajos con eficiencia, es vital la adjudicación de actividades, agrupándolas y asignándolas a dependencias, equipos y personas específicas”.

“Al respecto, cada una de las actividades llevadas a cabo a lo largo de la cadena de valor, generan costos individualmente y de manera interrelacionada, es solo el último eslabón de la cadena; la “venta” quien genera utilidad, ya los costos de funcionamiento forman parte del precio o costo total que los consumidores pagan al que se le adiciona la ganancia que genera rentabilidad para la empresa haciéndola competitiva”.

“En este sentido Fisher, L. (2005), considera la venta como la transferencia de una propiedad entre una persona y otra a cambio de un pago en valor y representa un ingreso importante para la empresa. De la misma forma Hill y Jones (2005), afirman que existen distintas maneras en que las ventas de una empresa pueden generar valor; bien sea por el posicionamiento de marca, publicidad, participación de mercados, lealtad de marca y la detección de necesidad de productos. No obstante, también puede generarse valor por medio de las labores llevadas a cabo”.

Llamas, J. (2004) “en su libro Estructura Científica de la Venta afirma: La ciencia de interpretar características del producto o servicios en términos de satisfacción del consumidor para actuar después mediante técnicas adecuadas sobre el convencimiento de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posición disfrute inmediato”. (p.73)

“Los principios básicos son como piedras angulares sobre las que se asienta la venta toda. Existen en toda operación de venta, no importa quien la efectúe, sobre que sea, en donde se haga o cuando se lleve a cabo. Y están presentes y rigen en general a la venta, en el tiempo y el espacio. Analicemos estos tres principios”:

1.- León, N. (2013) El rechazo proviene del temor, y este de la ignorancia; SE teme lo que se entiende y en consecuencia se rechaza los que se teme. Por razones de confirmación psicológica, incluso por causas ancestrales, el hombre se previene y defiende ante lo imprevisto, ante lo que ignora.

Por parte los temores que se generan en el subconsciente (los más profundos) son como ecos lejanos de los sustos, los sobresaltos, y el pánico que algún día sintió nuestros antepasados y que escapaban a su capacidad de comprensión y explicación.

Contar con este principio básico en la venta, y con toda calma, con todo profesionalismo, explicara, aclarar, enseñar. (p.76).

2.- León, N. (2013) El contradecir y convencer, se excluyen; Donde hay contradicción, no puede haber convicción. El fin y el objetivo del vendedor es convencer a su prospecto de la bondad del producto o servicio que se le ofrece y persuadido de la conveniencia de su compra. Y esto no puede lograrse de manera alguna, si comenzamos por contradecirlo. Frente al prospecto, debe

abandonarse toda idea, toda postura de enfrentamiento, de pugna, de oposición, de discusión de lucha. (p.77).

3.-León, N. (2013) El hombre es eminentemente egoísta; Es una verdad infantil por lo evidente, que “cada hombre es protagonista de su propia vida”

Tal interrelación entre el hombre y el mundo sumada a la necesidad que sentimos de valernos de este para mantener nuestra vida y desenvolver nuestra personalidad, generan en cada espíritu (comenzando desde la infancia), Una dosis mayor o menor de “egocentrismo”. Nuestros pensamientos, nuestro gusto, nuestras necesidades, nuestros problemas, nuestros intereses, nuestros deseos. Son el eje alrededor del cual gira nuestro mundo. (p.79).

CAPITULO III

3. ALTERNATIVAS DE SOLUCION

3.1 Alternativas de solución

Alternativa A: Implementar las políticas de cuentas por cobrar.

La implementación de las políticas de las cuentas por cobrar deberá seguir un procedimiento iniciándose con la aprobación de la gerencia de los procedimientos formulados en el presente estudio, información a los clientes y publicación a las áreas y personal involucrado. Asimismo, se tendrá que actualizar el manual de organización y funciones y el manual de procedimientos administrativos.

Alternativa B: Programa de reuniones sostenidas con los clientes ante la implementación de las políticas de las cuentas por cobrar.

La gerencia general propiciara reuniones sostenidas con la cartera de clientes para actualizarlos sobre las nuevas políticas crediticias; así como recoger apreciaciones, de esa manera evitar la pérdida de clientes y desequilibrio en la marcha de la empresa.

Alternativa C: Establece un programa de capacitación al personal de ventas y cobranzas.

La gerencia general deberá disponer a las áreas correspondientes un programa de horas de capacitación al personal de las áreas involucradas en el proceso de implementación de cuentas por cobrar y cobranzas.

Alternativa D: Implementar un software contable para facilitar el control de las cuentas por cobrar y las cobranzas.

La implementación del software contable deberá diseñarse en función a la dinámica de las políticas de cuentas por cobrar y cobranzas para garantizar un eficiente control y oportuna información requerida por la gerencia.

CONCLUSIONES

1. Es evidente que con la implementación de las políticas de las cuentas por cobrar mejorará la liquidez de la empresa garantizando de esta manera la capacidad financiera y buena marcha operativa de la empresa.
2. El proceso de cobranza no es el adecuado ya que como se puede evidenciar en los estados de situación financiera en los años 2015 y 2016 el monto de las cuentas por cobrar aumentan en lugar de disminuir.
3. Se ha observado que se le sigue brindando servicios a los clientes que tienen un alto monto de deuda, lo que es perjudicial para la empresa.
4. En la empresa Comercializadora e Importadora Ray of Light SAC, no existen políticas de cuentas por cobrar, motivo por el cual hay gran cantidad de clientes morosos a los cuales no se les hace el seguimiento respectivo de cobranza.

RECOMENDACIONES

1. Implementar las nuevas políticas de Cuentas por cobrar y Cobranzas en el menor tiempo posible.
2. Implementar un software contable, así como establecer una estrecha coordinación en las pruebas previas de los resultados que emitan dicho software, lo cual permitirá un mejor manejo de las cuentas por cobrar.
3. El Software Contable a implementar tendrá como principal función determinar el nivel de endeudamiento de cada cliente.
4. Establecer políticas de comisiones por ventas ayudaran a conseguir más clientes y así mismo generar más ingresos con políticas establecidas y supervisadas por la jefatura.

Elaboración de Referencias

Tesis

- Fundamentos de Finanzas Corporativas, BREALEY MYERS, MARCUS, 2007
Quinta Edición – España
- Enciclopedia de Marketing y Ventas, José Ferre Trenzano, José Ramón Robinmat, Gustavo Trigo Arana, 2006 Editorial Océano.
- José Muñoz, Contabilidad Financiera, Pearson Educación, España Primera Edición 2008.
- Ángel Higuerey, Administración De Las Cuentas Por Cobrar, Universidad De Los Andes, 2007.
- Ángel Muñoz, Introducción a la Contabilidad, Edición Académicas Cedro, España Primera Edición 2010.
- Oscar R. Sánchez, Introducción a la Contaduría, Pearson Educación, México 2008

Material Electrónico

- Chiliza, p. (2011) Perfil de proyecto de investigación “La Recaudación de la Cartera Vencida como herramienta para mejorar la Rentabilidad en la empresa Frevi de la ciudad de Ambato en el periodo 2011.” Recuperado de :
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3555/1/TA0281.pdf>
- Durán., J.Tesis “El Control Interno de las Cuentas por Cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa El Mundo Berrezueta Carmona y Cía., en el Cantón Camilo Ponce Enríquez.. Recuperado de:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4621/1/TUACE-2015-CA-CD00006.pdf>
- Vásquez , L. (2016) Tesis “Gestión de Cuentas por Cobrar y su influencia en la Liquidez de la empresa CONSERMET S.A.C., Distrito de Huanchaco, año 2016. Recuperado de
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2353/1/RE_CONT_LUIS.VASQUEZ_ENITH.VEGA_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.LIQUIDEZ_DATOS.PDF
- Pérez, T. y Ramos, R. Tesis“Implementación de un Sistema de Control Interno en las Cuentas por Cobrar y su Incidencia en la Liquidez de la empresa BAGSERVIS SAC, en Trujillo, en el año 2016.” Recuperado de :

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10098/P%C3%A9rez%20Guevara%20Tatiana%20-%20Ramos%20Garrido%20Marilyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cueva, E. Vargas, M. Méndez, J. (2015) Trabajo de Investigación : “Gestion de Cuentas por Cobrar y su efecto en la Liquidez de la empresa de “SERVICIOS PRONEFROS S.A.C.” en la ciudad de Lima del año 2015” Recuperado de:
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/104/PRONEFROS%20S.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Aguilar V. (2012) Tesis “Gestión de Cuentas por Cobrar y su incidencia en la Liquidez de la empresa CONTRATISTA CORPORACIÓN PETROLERA S.A.C. - AÑO 2012” Recuperado de :
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/653/3/aguiar_vh.pdf
- Revista de Ciencias Sociales, Noelia León Valbuena, Volumen XIX No. 02 – 2013 Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>
- Revista Universo Contabil, ISSN 1809-3337, FURB, Blumenau, v. 8, Díaz Llames ,Miguel, 2012 Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/1170/117023653008.pdf>

- Revista Venezolana de Gerencia, Nava Rosillon, Marbelis, Año14 No 48, 2009

Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>

- Anuario de Ratios Financieros Sectoriales de México para análisis comparativo Empresarial, Deyanira Bernal-Domínguez y Oriol Amat Salas 2, Volumen 8, No.02, 2012. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/461/46125172003/>
- José María Llamas, Estructura Científica de la Venta, Técnicas Profesionales de Venta, Editorial Limusa, 2004. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=gzx5nhwgPewC&oi=fnd&pg=PA6&dq=LAS+VENTAS+CONCEPTOS+Y+CARACTERISTICAS&ots=ia_m5b80HM&sig=0WcWjodLise3_8fGaCUPoCDDrp8#v=onepage&q=LAS%20VENTA%20CONCEPTOS%20Y%20CARACTERISTICAS&f=false
- Aznaran, Guillermo. Contabilidad para todos.com “Análisis Financieros en las Empresas” UNMSM 2012. Recuperado de:
[file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Analisis%20Financiero%20en%20las%20empresas%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Analisis%20Financiero%20en%20las%20empresas%20(2).pdf)
- Gerardo Guajardo, Contabilidad Financiera, Pearson Educación, México Quinta Edición 2008. Recuperado de:
http://www.academia.edu/26475454/Contabilidad_Financiera_Guajardo_Cant%C3%BA5ta.Edici%C3%B3n_McGrawHill.pdf

- Santos A. Farfán, Finanzas I, **Cepma-Proesad**, Perú Primera Edición 2014.

Recuperado de:

<http://contabilidadparatodos.com/libro-finanzas-i/>

- Álvaro, Romero, Contabilidad Intermedia, McGRAW-HILL/Interamericana Editores, S.A. de C.V. México Tercera Edición 2012. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/doc/218003799/Contabilidad-intermedia-Alvaro-Javier-Romero-Lopez>

- José A. Morales, Crédito y Cobranza, Grupo Editorial Patria, México Primera Edición 2014. Recuperado de:

<https://www.librosvirtual.com/economia/credito-y-cobranza-arturo-morales-castro>

- Raúl H. Vallado Fernández, Administración Financieras de las Cuentas por Cobrar, Facultad de la Contaduría y Administración. Recuperado de:

http://www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raul-vallado/FN03_admonfinancieradelasCxC.pdf

- Lilian Rocca, Deudores, nueva clasificación, Perú 2008. Recuperado de:
revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/download/17456/1773

5

- José Morales Castro, Crédito y Cobranza, México 2014. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/doc/297234558/Credito-y-Cobranza-pdf>

- Resolución SBS N°11356 – 2008, Perú 2008. Recuperado de:
www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/sf_csf/RES_11356-2008.doc

ANEXOS

BALANCE COMPROBACIÓN AÑO 2016

COM IMP RAY OF LIGHT SAC									
AV COSTANERA 2038									
SAN MIGUEL									
R.U.C.: 20479548782									
*** HOJA DE TRABAJO 10 COLUMNAS AL MES DE DICIEMBRE ***									
2016									
11/01/2018									
SOLES									
Cuenta	Nombre	MONTOS		SALDO		INVENTARIO		NATURALEZA	
		DEBITO	CREDITO	DEUDOR	ACREEDOR	ACTIVO	PASIVO	PERDIDA	GANANCIA
10101	MONEDA NACIONAL	441,902.76	434,902.76	7,000.00		7,000.00			
10102	MONEDA EXTRANJERA	19,161.09	12.79	19,148.30		19,148.30			
104101	CONTINENTAL VN 910-0100121775	6,630,901.31	6,630,901.31		20,449.13		20,449.13		
104102	SCOTIABANK MN 3003246	1,510.85	1,096.85	414.00		414.00			
1041201	CONTINENTAL ME 910-0100121783	7,737,326.28	7,828,845.99		91,519.71		91,519.71		
1041202	SCOTIABANK ME 4608707	2,283.69	798.01	1,485.68		1,485.68			
1071	FONDOS SUJETOS A RESTRICCIÓN	21,585.32	14,431.00	7,154.32		7,154.32			
107101	BOC LA NACION MN 00024221938	173,361.79	160,422.00	12,939.79		12,939.79			
121001	DETRACCIONES POR COBRAR	686,980.08	154,557.06	532,423.02		532,423.02			
1211	NO EMITIDAS	1,544,474.68	1,544,474.76		0.08		0.08		
121301	FACTURAS POR COBRAR DOLARES	6,236,937.29	4,327,441.32	1,909,495.97		1,909,495.97			
121302	FACTURAS POR COBRAR SOLES	533,917.50	374,670.12	159,247.38		159,247.38			
1221	ANTICIPOS CLIENTE SOLES	1,083.47	296,070.90		294,987.43		294,987.43		
1222	ANTICIPOS CLIENTES DOLARES	568,115.13	1,273,953.08		705,837.95		705,837.95		
1231	ENCARTERA	1,479,900.20	14,820.83	1,465,079.37		1,465,079.37			
1233	EN DESQUEJTO	66,544.90	66,544.90						
1411	PRESTAMO	8,560.00	7,793.35	766.65		766.65			
1412	ADELANTO DE REMUNERACIONES	419,749.66	419,749.66						
1419	OTRAS CTAS POR COB. AL PERSONAL	4,487.52	4,487.52						
161201	PRESTAMOS A TERCEROS	31,887.26	433.00	31,454.26		31,454.26			
161202	KINOS MPRESORES SAC	128,191.49	128,191.49						
161204	ALPAMAYO INVERSIONES	1,313,362.00	768,428.13	544,933.87		544,933.87			
161205	CONSTRUCTORA CONCEPCION	100,000.00		100,000.00		100,000.00			
161206	SOUTH MARINE	6,059.50	6,059.50						
161207	NEVADA ENTRENAMIENTO SAC	2,138,334.12	1,756,899.93	381,334.19		381,334.19			
161210	COMPAÑIA PRO-TG PERU	7,681.53	7,681.53						
1621	COMPAÑIAS ASIGURADORAS	163.81	19.62	144.19		144.19			
1644	DEPOSITOS EN CTIA X ALQUILERES	6,992.10		6,992.10		6,992.10			
1821	SECOP INVENTARIO DE RESCO	10,274.17	3,076.11	7,198.06		7,198.06			

Fuente: Empresa comercializadora e importadora Ray of light SAC.

BALANCE DE COMPROBACIÓN AÑO 2015

COM IMP RAY OF LIGHT SAC

AV COSTANERA 2038

SAN MIGUEL

R.U.C.: 20479548782

*** HOJA DE TRABAJO 10 COLUMNAS AL MES DE DICIEMBRE ***

11/01/2018

2015

SOLES

Cuenta	Nombre	Montos		Saldo		Inventario		Naturaleza		Funcion	
		Debito	Credito	Deudor	Acreedor	Activo	Pasivo	Perdida	Ganancia	Perdida	Ganancia
10101	MONEDA NACIONAL	468.832.04	464.784.34	4,047.70		4,047.70					
10102	MONEDA EXTRANJERA	4,372.71	3,783.64	589.07		589.07					
104101	CONTINENTAL-MA-910-010072775	2,208.722.06	2,294.436.17		85,714.11		85,714.11				
104102	SCOTIABANK MN 309246	11,615.35	11,404.50	210.85		210.85					
104201	CONTINENTAL-ME-910-010072783	2,416.688.80	2,501.855.66		84,986.86		84,986.86				
104202	SCOTIABANK ME 4698707	475.95	294.63	181.32		181.32					
1071	FONDOS SUJETOS A RESTRICCIÓN	21,428.00		21,428.00		21,428.00					
107101	BOC LA NACION MN 00024021339	129,545.26	115,601.00	13,944.26		13,944.26					
121001	DETRACCIONES POR COBRAR	514,588.85	114,550.39	400,038.46		400,038.46					
121301	FACTURAS POR COBRAR DOLARES	4,427,523.49	2,879,588.03	1,547,935.46		1,547,935.46					
121302	FACTURAS POR COBRAR SOLES	480,972.69	435,404.69	45,568.00		45,568.00					
122	ANTICIPOS DE CLIENTES	116,642.30	116,642.30								
1221	ANTICIPOS CLIENTE SOLES		102,798.36		102,798.36		102,798.36				
1222	ANTICIPOS CLIENTES DOLARES	25,705.53	206,835.52		181,129.99		181,129.99				
1411	PRESTAMO	11,145.00	9,200.00	1,945.00		1,945.00					
1412	ADELANTO DE REMUNERACIONES	409,367.81	409,367.81								
1419	OTRAS CTAS POR COB AL PERSONAL	5,150.20	5,150.20								
161201	PRESTAMOS A TERCEROS	31,887.26		31,887.26		31,887.26					
161202	KINOS IMPRESORES SAC	77.99		77.99		77.99					
161204	ALPAMAYO INVERSIONES	88,922.00		88,922.00		88,922.00					
161205	CONSTRUCTORA CONCEPCION	1,616,710.06	1,616,710.06								
161206	SOUTH MARINE	6,058.50		6,058.50		6,058.50					
1621	COMPANIAS ASEGURADORAS	1,201.76	1,096.83	104.93		104.93					
1644	DEPOSITOS EN GTA X ALQUILERES	6,992.10		6,992.10		6,992.10					
1682	OTRAS CTAS POR COBRAR DIVERSAS	626.50	626.50								
1821	SEG COMPLEMENTARIO DE RESCO	6,287.03	2,098.07	4,228.96		4,228.96					
1822	SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVI	871.55		871.55		871.55					
1823	SEGURO DE VIDA	2,655.95	2,143.77	501.18		501.18					
183	ALQUILERES	157,800.00	156,800.00	1,000.00		1,000.00					

Pag: 1

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of Light SAC

COMPARACIÓN HOJA DE TRABAJO 2015 - 2016

COM IMP RAY OF LIGHT SAC
AV COSTANERA 2088
SAN MIGUEL
R.U.C.: 20479548782

*** HOJA DE TRABAJO 10 COLU
SOL

2016

Cuenta	Nombre	Montos		Saldo
		Debito	Credito	
10101	MONEDA NACIONAL	441,902.76	434,902.76	7,000.00
10102	MONEDA EXTRANJERA	19,161.09	12.79	19,148.30
1041101	CONTINENTAL-MN-910-0100121775	6,610,452.18	6,630,901.31	
1041102	SCOTIABANK MN 3009246	1,510.85	1,036.85	474.00
1041201	CONTINENTAL-ME-910-0100121783	7,737,326.28	7,828,845.99	
1041202	SCOTIABANK ME 4688707	2,263.69	798.01	1,465.68
1071	FONDOS SUJETOS A RESTRICCIÓN	21,565.32	14,431.00	7,154.32
107101	BCO LA NACION MN 0024021939	173,361.79	160,422.00	12,939.79
121001	DETRACCIONES POR COBRAR	686,980.08	154,557.06	532,423.02
1211	NO EMITIDAS	1,544,474.68	1,544,474.76	
121301	FACTURAS POR COBRAR DOLARES	6,236,937.29	4,327,441.32	1,909,495.97
121302	FACTURAS POR COBRAR SOLES	533,917.50	374,670.12	159,247.38
1221	ANTICIPOS CLIENTE SOLES	1,063.47	256,070.90	
1222	ANTICIPOS CLIENTES DOLARES	568,115.13	1,273,953.08	
1231	EN CARTERA	1,479,900.20	14,820.83	1,465,079.37
1233	EN DESCUENTO	66,544.90	66,544.90	
1411	PRESTAMO	8,560.00	7,783.35	766.65
1412	ADELANTO DE REMUNERACIONES	419,749.66	419,749.66	
1419	OTRAS CTAS POR COB AL PERSONAL	4,487.52	4,487.52	
161201	PRESTAMOS A TERCEROS	31,887.26	433.00	31,454.26
161202	KINKOS IMPRESORES SAC	128,191.49	128,191.49	
161204	ALPAMAYO INVERSIONES	1,313,362.00	768,428.13	544,933.87
161205	CONSTRUCTORA CONCEPCION	100,000.00		100,000.00
161206	SOUTH MARINE	6,059.50	6,059.50	
161207	NEVADA ENTRETENIMIENTO SAC	2,138,334.12	1,756,989.93	381,344.19
161210	COMPAÑIA PRO-TG PERU	7,681.53	7,681.53	
1621	COMPAÑIAS ASEGURADORAS	163.81	19.62	144.19
1644	DEPOSITOS EN GTIA X ALQUILERES	6,992.10		6,992.10
1821	SEGURO COMPLEMENTARIO DE RESGO	10,274.17	3,078.11	7,196.06

COM IMP RAY OF LIGHT SAC
AV COSTANERA 2088
SAN MIGUEL
R.U.C.: 20479548782

*** HOJA DE TRABAJO 10 COLUMNAS
SOLES

2015

Cuenta	Nombre	Montos		Saldo
		Debito	Credito	
10101	MONEDA NACIONAL	464,784.34	4,047.70	468,832.04
10102	MONEDA EXTRANJERA	3,783.64	593.07	3,190.57
1041101	CONTINENTAL-MN-910-0100121775	2,294,436.17		2,294,436.17
1041102	SCOTIABANK MN 3009246	11,615.35	11,604.50	10.85
1041201	CONTINENTAL-ME-910-0100121783	2,416,869.80	2,501,855.66	84,985.86
1041202	SCOTIABANK ME 4688707	475.95	294.63	181.32
1071	FONDOS SUJETOS A RESTRICCIÓN	21,428.00		21,428.00
107101	BCO LA NACION MN 0024021939	129,545.26	115,601.00	13,944.26
121001	DETRACCIONES POR COBRAR	514,588.85	114,550.39	400,038.46
121301	FACTURAS POR COBRAR DOLARES	4,427,523.49	2,879,588.03	1,547,935.46
121302	FACTURAS POR COBRAR SOLES	480,972.69	435,404.69	45,568.00
122	ANTICIPOS DE CLIENTES	116,642.30	116,642.30	
1221	ANTICIPOS CLIENTE SOLES	102,798.36		102,798.36
1222	ANTICIPOS CLIENTES DOLARES	25,705.53	206,855.52	181,129.99
1411	PRESTAMO	11,145.00	9,200.00	1,945.00
1412	ADELANTO DE REMUNERACIONES	409,367.81	409,367.81	
1419	OTRAS CTAS POR COB AL PERSONAL	5,150.20	5,150.20	
161201	PRESTAMOS A TERCEROS	31,887.26		31,887.26
161202	KINKOS IMPRESORES SAC	77.99	77.99	
161204	ALPAMAYO INVERSIONES	89,922.00		89,922.00
161205	CONSTRUCTORA CONCEPCION	1,616,710.06	1,616,710.06	
161206	SOUTH MARINE	6,059.50		6,059.50
1621	COMPAÑIAS ASEGURADORAS	1,201.76	1,086.83	114.93
1644	DEPOSITOS EN GTIA X ALQUILERES	6,992.10		6,992.10
1682	OTRAS CTAS POR COBRAR DIVERSAS	626.50	626.50	
1821	SEGURO COMPLEMENTARIO DE RESGO	6,287.03	2,058.07	4,228.96
1822	SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL	871.55		871.55
1823	SEGURO DE VIDA	2,653.95	2,149.77	504.18
183	ALQUILERES	457,803.00	426,603.00	31,200.00

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of Light SAC

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2015



COMERCIALIZADORA
E IMPORTADORA
RAY OF LIGHT S.A.C.

BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre del 2015
(expresado en nuevos soles)

ACTIVO**Activo Corriente**

Caja y Bancos
Cuentas por Cobrar Comerciales
Cuentas por Cobrar Accionistas y Personal
Cuentas por Cobrar Diversas
Existencias
Cargas Diferidas
Otras Cargas Diferidas

Total de Activo Corriente**Activo No Corriente**

Inmueble Maquinaria y Equipo Neto
Depreciación y Amortización Acumulada
Intangibles
Amortización de Intangibles

Total de Activo No Corriente**TOTAL DE ACTIVO****PASIVO****Pasivo Corriente**

40,501 Tributos por Pagar
1,709,614 Remuneración y Participaciones por Pagar
1,945 Proveedores
135,044 Beneficios Sociales de los Trabajadores
3,433,000
37,761
273,851

Total de Pasivo Corriente**Pasivo No Corriente**

2,254,398 Cuentas por Pagar Accionistas y Directores
-223,756 Cuentas por Pagar Diversas
8,677
-2,731

Total de Pasivo No Corriente**TOTAL PASIVO****PATRIMONIO NETO**

Capital
Capital Adicional
Resultados Acumulados
Resultados del Ejercicio

TOTAL PATRIMONIO NETO**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO**

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of Light SAC

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2015



COMERCIALIZADORA
E IMPORTADORA
RAY OF LIGHT S.A.C.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

Al 31 de Diciembre del 2015

(expresado en nuevos soles)

Ventas	2,737,177
(-) Costo de Ventas	-2,077,601
Utilidad Bruta	659,576
Gastos de Operación	
(-) Gastos Administrativos	-443,576
(-) Gastos de Venta	-185,539
Utilidad o Pérdida de Operación	30,461
Otros Ingresos y Egresos	
(-) Cargas Financieras	-119,916
(+) Ingresos Financieros	342,117
(-) Cargas Excepcionales	
Resultados antes Participac. y del I.Renta	252,662
PARTICIPACION DE A LOS TRABAJADORES 10%	25,266
RESULTADO DESPUES DE PARTICIPACION	227,396
Impuesto a la Renta	63,671
Utilidad o Pérdida Neta del Ejercicio	163,725

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of Light SAC

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2016



COMERCIALIZADORA
E IMPORTADORA
RAY OF LIGHT S.A.C.

BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre del 2016
(expresado en nuevos soles)

ACTIVO**Activo Corriente**

Caja y Bancos
Cuentas por Cobrar Comerciales
Cuentas por Cobrar Accionistas y Personal
Cuentas por Cobrar Diversas
Existencias
Cargas Diferidas
Otras Cargas Diferidas

Total de Activo Corriente**Activo No Corriente**

Inmueble Maquinaria y Equipo Neto
Depreciación y Amortización Acumulada
Intangibles
Amortización de Intangibles

Total de Activo No Corriente**TOTAL DE ACTIVO****PASIVO****Pasivo Corriente**

30,162 Tributos por Pagar
3,121,854 Remuneración y Participaciones por Pagar
767 Proveedores
1,064,869 Beneficios Sociales de los Trabajadores
5,331,625
106,350
476,787

Total de Pasivo Corriente**Pasivo No Corriente**

2,368,508 Cuentas por Pagar Accionistas y Directores
-284,544 Cuentas por Pagar instituciones financieras
8,677 Otras Cuentas por Pagar Diversas
-4,644

Total de Pasivo No Corriente**TOTAL PASIVO****PATRIMONIO NETO**

Capital
Capital Adicional
Resultados Acumulados
Resultados del Ejercicio

TOTAL PATRIMONIO NETO**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO**

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2016



COMERCIALIZADORA
E IMPORTADORA
RAY OF LIGHT S.A.C.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

Al 31 de Diciembre del 2016

(expresado en nuevos soles)

Ventas	4,124,750
(-) Costo de Ventas	-2,770,064
Utilidad Bruta	1,354,686
Gastos de Operación	
(-) Gastos Administrativos	-644,852
(-) Gastos de Venta	-284,555
Utilidad o Pérdida de Operación	425,279
Otros Ingresos y Egresos	
(-) Cargas Financieras	-174,022
(+) Ingresos Financieros	14,371
(+) Otros Ingresos Gravados	0
(+) Otros Ingresos No Gravados	0
(-) Gastos Diversos	0
(-) Cargas Excepcionales	-6,007
Resultados antes Participac. y del I.Renta	259,621
PARTICIPACION DE A LOS TRABAJADORES 10%	34,363
RESULTADO DESPUES DE PARTICIPACION	225,258
Impuesto a la Renta	96,216
Utilidad o Pérdida Neta del Ejercicio	129,042

Fuente: Empresa Comercializadora e importadora Ray of Light SAC



2016

MANUAL DE POLITICAS DE CUENTAS POR COBRAR

PROCEDIMIENTO

FACTURACIÓN Y COBRANZA

COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA RAY OF LIGHT SAC

“STARLIGHT”

PRO-SED-FIN-01



1. OBJETIVO

Establecer los criterios y actividades a desarrollar para la verificación de las condiciones de pago de los clientes y del seguimiento de la cobranza de facturas.

2. ALCANCE

El presente procedimiento aplica a las facturas emitidas por Starlight.

3. RESPONSABILIDADES

Este procedimiento es de **cumplimiento OBLIGATORIO**.

Las Gerencias y Jefaturas de las áreas involucradas en el proceso deberán hacer de conocimiento general de este procedimiento al personal bajo su cargo.

4. DOCUMENTOS RELACIONADOS

N/A

5. DEFINICIONES

PRODUCTO: Componentes, partes o un todo de la fabricación de un sistema decorativo de iluminación para un cliente.

SISCONT: Sistema que brinda soporte a las operaciones contables del negocio.

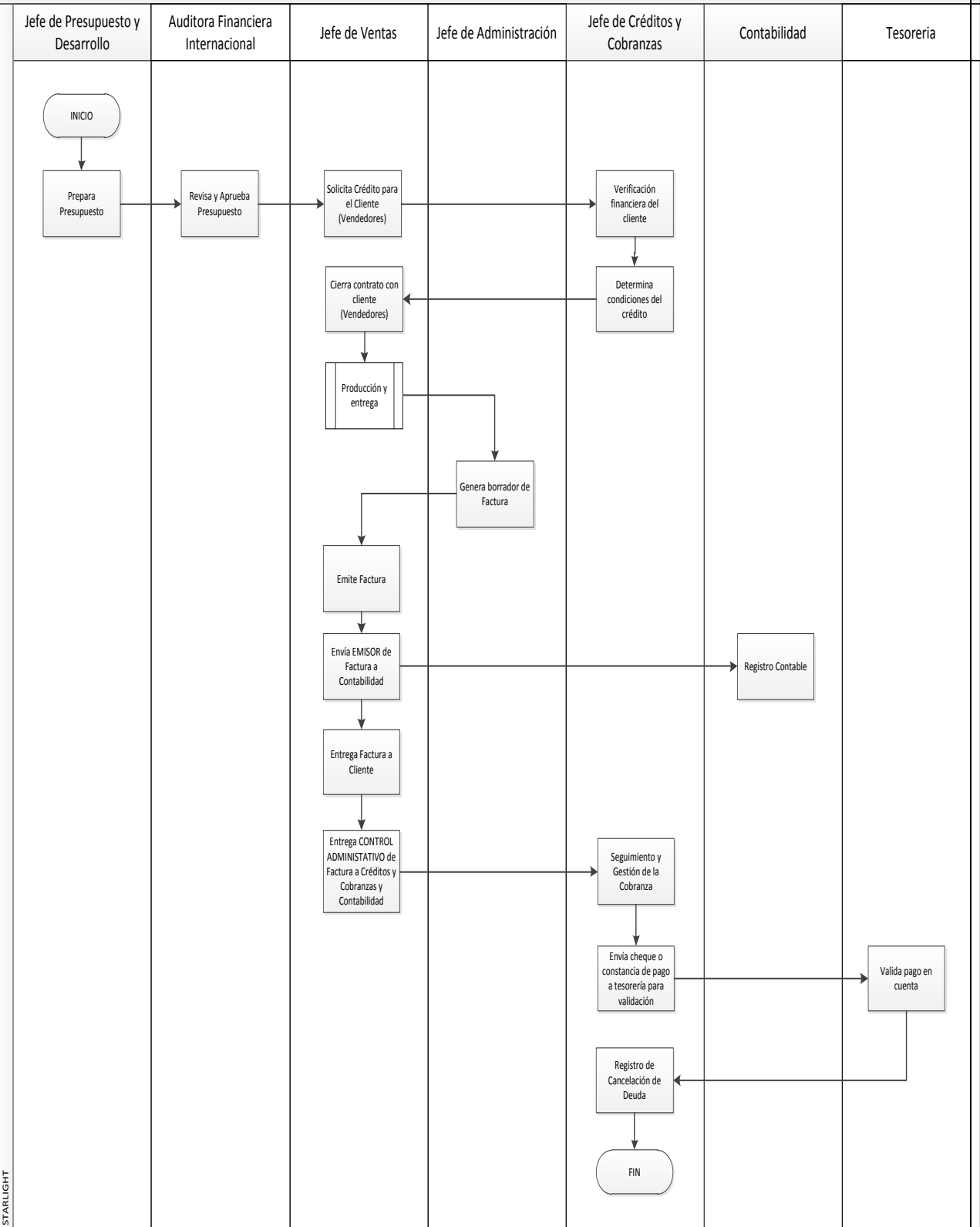
Borrador de factura: Creación de una factura en el Sistema de Facturación.

N/A: No aplica.

6. NORMAS GENERALES

7. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

FACTURACIÓN Y COBRANZA – STARLIGHT



8. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO						
8.1. PROPUESTA						
ETAPA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE				
01	Para el caso de los clientes, se debe solicitar un adelanto que cubra, por lo menos, los materiales de fabricación.	Jefe de Ventas				
Nota: - Para todo cliente nuevo se solicita efectuar una primera compra al contado antes de otorgarle una venta a crédito.						
02	Para un cliente que por primera vez va a comprar a crédito el Vendedor debe enviar el Formato de Solicitud de Crédito a la Jefa de Créditos y Cobranzas. Paralelamente coordina con el cliente la información para la cotización.	Vendedor				
03	<ul style="list-style-type: none">- Verifica los datos financieros del Clientes y aprueba o recomienda las condiciones de crédito a presentar al cliente (en un plazo aproximado de 24 horas). Paralelamente solicita la entrega de la documentación del Cliente según el formato de Solicitud de Crédito.- Confirma las condiciones de crédito aprobada para el cliente y la línea de crédito otorgada.	Jefa de Créditos y Cobranzas				
04	Una vez recibido el diseño, la ficha técnica completa y otros datos relevantes se inicia con la cotización para el cliente externo.	Jefe de Presupuesto y Desarrollo				
Nota: Para los plazos de la realización de la cotización se deben tener en cuenta la siguiente tabla según tipo de producto:						
<table><tr><th>Tipo de Producto</th><th>Tiempo (días laborables)</th></tr><tr><td>Progresivos pequeños</td><td>01 día</td></tr></table>			Tipo de Producto	Tiempo (días laborables)	Progresivos pequeños	01 día
Tipo de Producto	Tiempo (días laborables)					
Progresivos pequeños	01 día					

		Progresivos grandes	02 días
		Decorativos pequeños	01 día
		Decorativos grandes	02 días
		Fachada pequeña	02 días
		Fachada mediana	05 días
		Fachada grande	15 días
		Digital Sign pequeños	05 días
		Digital Sign grande	15 días
		Luminarias simple	03 días
		Luminarias complejas	06 días
05	Se envía la cotización al área de Arquitectura y Construcción para que sea revisado		Jefe de Presupuesto y Desarrollo
06	Revisa la cotización enviada por el Jefe de Presupuesto y Desarrollo y valida los costos estimados. Al culminar envía el presupuesto a la Auditora Financiera.		Arquitectura y Construcción
07	Revisa y aprueba el presupuesto elaborado antes de ser enviado al cliente.		Auditora Financiera Internacional
Nota: Para el caso de la revisión de arquitectura y construcción y de la auditora financiera, para ambos casos los plazos son			

los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> - Correo recibido hasta las 12:00 m debe ser respondido en el mismo día (excepto sábados que se puede responder hasta las 12:00 m del siguiente lunes. - Correo recibido después de las 12:00m debe ser respondido como máximo hasta las 12:00 m del día siguiente laborable. *Se exceptúa días festivos y no laborables.		
08	Una vez que el cliente aprueba la cotización entrega a Créditos y Cobranzas la propuesta aprobada por el cliente (orden de compra, contrato, cotización, etc.)	Jefe de Ventas
09	Verifica los datos financieros del Cliente y aprueba o recomienda las condiciones de crédito para el cliente.	Créditos y Cobranzas
8.2. GUÍAS DE REMISIÓN		
ETAPA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
01	<ul style="list-style-type: none"> - Para la salida de los productos de la planta se elabora una Guía de Remisión. - Se revisa los productos junto con la Guía de Remisión en Seguridad para verificar que sea la cantidad y descripción exacta. 	Almacén
02	Si está conforme se sella y firma la Guía de Remisión y se conserva una copia para el archivo.	Seguridad
03	Al entregar los productos en las instalaciones del cliente son verificadas también por la Seguridad de la empresa cliente, quien sella la Guía de Remisión.	Almacén
04	Al entregar las copias de las facturas al área de contabilidad se deben adjuntar las Guías de Remisión. Se debe guardar una copia de la Guía de Remisión para el archivo interno.	Jefa de Administración
Nota: Dependiendo del cliente podría entregarse la Factura junto con las Guías de Remisión y los productos.		

8.3. EMISIÓN DE LA FACTURA

ETAPA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
01	<p>Se registra en el sistema de facturación un borrador de la factura en donde a parte de los datos obligatorios que deben consignarse en la factura, se debe de mencionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Numero de contrato u orden de compra. - Fecha programada de Pago. - Condiciones de Pago. - Guías de Remisión asociadas a la Factura. <p>Nota: Debe asegurar de ingresar correctamente los datos y montos a facturar según acuerdos contractuales con el cliente y aprobación de su Gerencia General.</p>	Jefa de Administración
02	Luego de elaborar el borrador de la Factura en el Sistema de Facturación comunica a la Jefa de Ventas para la emisión de la Factura.	Jefa de Administración
03	<ul style="list-style-type: none"> - Verifica y corrobora los datos ingresados en el Sistema de Facturación y si no hay observaciones emite la Factura. (Dentro de las 24 horas de la comunicación del registro del borrador de factura). - Envía en el mismo día el original del EMISOR de la Factura a Contabilidad haciendo firmar un cargo de entrega. 	Jefe de Ventas
04	- Registro Contable	Contabilidad
05	<ul style="list-style-type: none"> - Hace entrega de la Factura al Cliente quedando registrado el sello de Recepción de la Factura indicando el área o persona que la recepciono y la fecha de recepción del CONTROL ADMINISTRATIVO. - Entregar una copia del CONTROL ADMINISTRATIVO de la Factura a Créditos y Cobranzas y una copia a Contabilidad, guardando adicionalmente una copia para el archivo Interno de Starlight. 	<p>Jefe de Ventas</p> <p>Jefe de Ventas</p>

8.4. COBRO DE DEUDA		
01	<ul style="list-style-type: none"> - Es responsable del seguimiento y la gestión de la cobranza al cliente. - Realiza el seguimiento por el sistema sobre las Facturas que se encuentran próximas a vencer o ya vencidas. Revisa también el reporte semanal enviado por el área comercial para observar las acciones realizadas para cada cuenta. - Para el caso de las facturas vencidas se comunica con el Jefe de Ventas para conocer los motivos del retraso u optar por realizar una llamada directamente al cliente. <p>Nota: Es responsable por la recuperación de las deudas.</p>	Jefa de Créditos y Cobranzas
02	El pago de la deuda por parte del cliente puede ser por transferencia o pago por cheque.	Cliente
03	Envía un correo a Tesorería y Contabilidad con copia a Créditos y Cobranzas confirmando la entrega del cheque o la constancia del depósito.	Jefa de Administración
04	Envía un correo de confirmación sobre el depósito en cuenta.	Tesorería
05	Registra en el Sistema la cancelación de la deuda.	Jefa de Créditos y Cobranzas
9. REGISTROS		
<ul style="list-style-type: none"> - Guías de Remisión - Facturas - Comprobantes de pago 		
10. ANEXOS		
<ul style="list-style-type: none"> - Solicitud de Crédito 		

PROCEDIMIENTO

PAGO DE COMISIONES POR VENTAS

PRO-STL-COM-001



1- OBJETIVO

Abonar las comisiones que derivan de las ventas realizadas en el periodo.

2- ALCANCE

- Ventas realizadas a clientes de la empresa comercializadora e importadora RAY OF LIGHT SAC en las que el vendedor participa activamente.

3- RESPONSABLE

- **Jefe de Créditos y Cobranza**

- Validar abonos de los clientes externos, por concepto de deuda, en los Estados de Cuentas Bancarias del negocio.

- **Jefe de Ventas**

- Reportar las comisiones logradas por el equipo de ventas (Ejecutivos, Jefatura y Gerencia Comercial).

- **Asistente de Contabilidad / Analista de Gerencia Financiera**

- Validar las comisiones reportadas

- **Asistente de Tesorería**

- Abonar las comisiones reportadas

4- REFERENCIAS

PRO-SED-FIN-01 Facturación y Cobranza – Starlight

5- DEFINICIONES

Comisión: Porcentaje de dinero que percibe un vendedor producto de una venta o negocio.

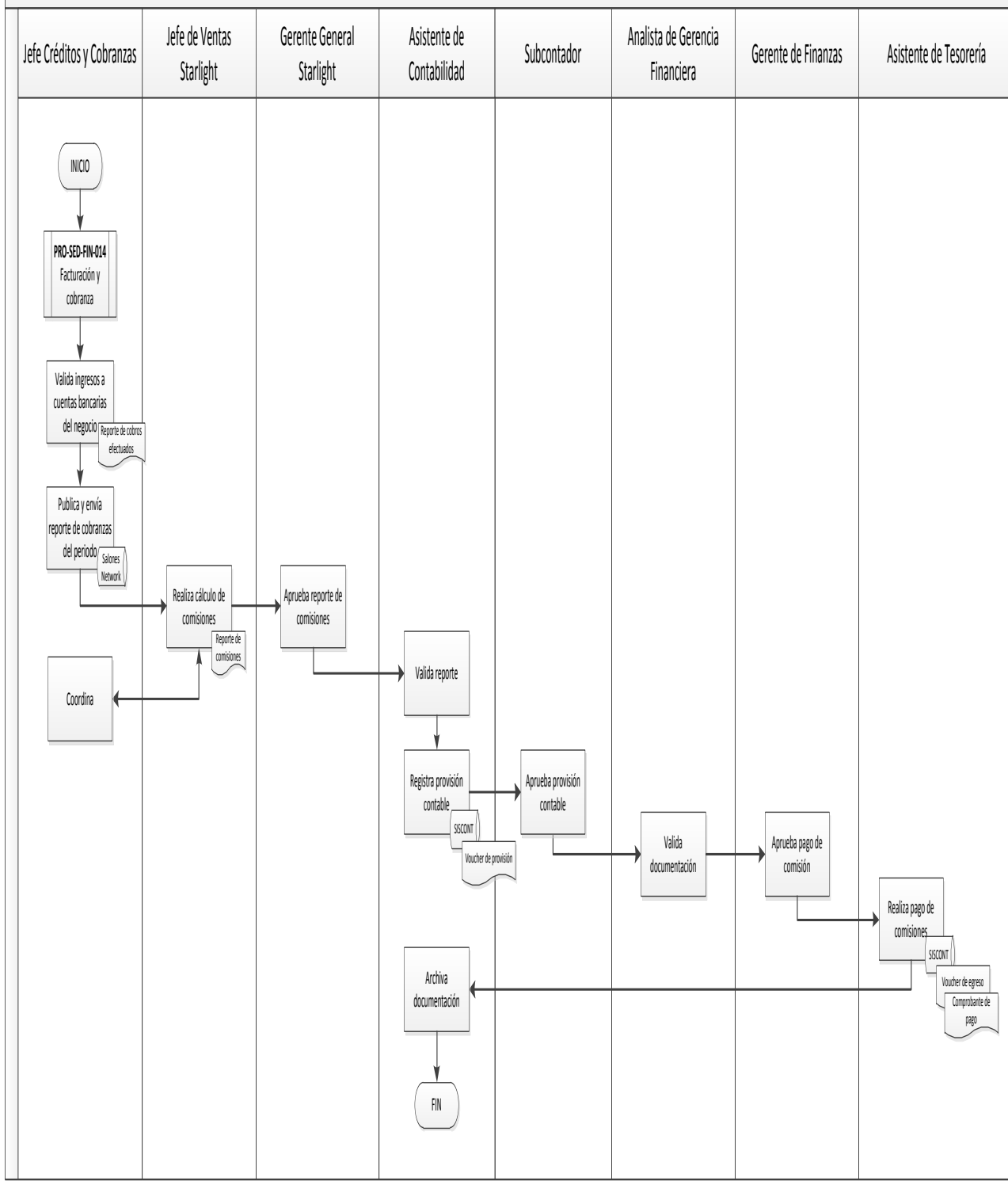
Cuota de venta: Objetivo mínimo de ventas que se espera de un vendedor en un determinado periodo.

Cliente Externo: Persona jurídica o natural que no es corporativo.

N/A: No aplica.

6- FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Pago de Comisiones por Ventas – Starlight



7- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
ETAPA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
01	<ul style="list-style-type: none"> - Realiza la gestión de cobranza de los clientes. Revisar PRO-SED-FIN-01 Facturación y cobranza – Starlight. - Valida en los Estados de Cuenta Bancaria del negocio los ingresos derivados de las cobranzas del mes anterior. - Dentro de los tres (3) primeros días útiles de cada mes debe publicar en Salones Network el Reporte de Cobranza Mensual (cobros efectuados del mes anterior) y envía el archivo al Jefe de Ventas por correo electrónico. 	Jefe de Créditos y Cobranza
02	<ul style="list-style-type: none"> - Con la información de la cobranza, realiza el cálculo y genera el Reporte de Comisiones. - Envía el Reporte de Comisiones por correo electrónico solicitando conformidad al Gerente General del negocio. 	Jefe de Ventas
Notas: <ul style="list-style-type: none"> ○ El cálculo de las comisiones es realizado según la Política de Comisiones del negocio (Ver Anexo 1). ○ El cálculo de una comisión podrá ser reportada una vez que la factura haya sido cancelada. ○ Para las facturas vencidas que superen los 90 días de vencimiento, la Gerencia y Jefatura Comercial perderán el derecho de cobro de las comisiones que derivan de dichas ventas. 		
03	- Brinda conformidad por correo electrónico.	Gerente General
04	- Envía el Reporte de Comisiones por correo electrónico al Asistente Contable.	Jefe de Ventas
Notas: <ul style="list-style-type: none"> ○ Se considera aproximadamente cuatro (4) días útiles para el desarrollo de las actividades 02, 03 y 04. ○ Si durante este lapso de tiempo se identifican cobros que no fueron identificados en el Reporte de Cobranza Mensual enviado inicialmente, coordina con el Jefe de Créditos y Cobranza la inclusión de estos en el reporte. ○ Los cobros que sean identificados luego de enviado el Reporte de Comisiones a Contabilidad, el abono de las comisiones derivadas será considerado en el siguiente mes. 		
05	<ul style="list-style-type: none"> - Valida el Reporte de Comisiones en función a la cancelación de facturas, montos calculados y porcentajes de comisión asignados según la Política de Comisiones del negocio (Ver Anexo 6). - Si el cálculo es correcto, imprime el Reporte de Comisiones. Se arma un expediente por vendedor. - Por cada comisión lograda, procede a registrar una provisión contable en el sistema SISCONT. El sistema emite un voucher de provisión contable. 	Asistente de Contabilidad

	- Firma el voucher de provisión y lo adjunta al expediente del vendedor correspondiente.	
06	- Firma y sella los voucher de provisión contable de cada expediente.	Subcontador
07	- Traslada los expedientes al área de Finanzas.	Secretaria de Contabilidad

Nota:

- **Se considera aproximadamente dos (2) días útiles** para el desarrollo de las actividades 05, 06 y 07.

08	- Valida la documentación de cada expediente aplicando mismo criterio del Paso 05.	Analista Gerencia Financiera
09	- Si los expedientes están conformes, firma y sella el Reporte de Comisiones de cada vendedor.	Gerente de Finanzas
10	<ul style="list-style-type: none"> - Realiza los abonos a los beneficiarios. - Los comprobantes de pago emitidos por beneficiario son adjuntados a cada expediente. - Por cada pago, procede a registrar el egreso en el sistema SISCONT. El sistema emite un voucher de egreso. - Firma el voucher de egreso y adjunta al expediente del vendedor correspondiente. - Finalmente, entrega los expedientes a la Secretaria de Contabilidad. 	Asistente de Tesorería

Nota:

- Generalmente los abonos son realizados vía transferencia bancaria.

11	- Archiva la documentación.	Asistente de Contabilidad
----	-----------------------------	---------------------------

8- REGISTROS RELACIONADOS

- Vouchers de provisión y de egreso (emitidos por SISCONT) visados por Gerencia de Contabilidad y Gerencia de Finanzas.
- Comprobantes de pago (transferencias)

9- CONTROL DE CAMBIOS

Fecha	Cambio	Responsable
15/01/2017	Elaboración del Procedimiento	Karla Vicente

10- ANEXOS

ANEXO 1. Política de Comisiones de Starlight

- Los vendedores perciben una comisión del 2.0% por cada venta que realicen.
- La Jefatura de Ventas percibe una comisión del 1.0% de todas las ventas realizadas en el periodo.
- La Gerencia Comercial percibe una comisión del 1.0% de todas las ventas realizadas en el periodo.
- Los vendedores externos a la UUNN perciben una comisión del 1.0% por cada venta que realicen.

BONIFICACIONES POR VENTAS

Mensualmente se tendrá establecido una cuota de ventas para todo el equipo. Esta cuota es establecida, en conjunto, por la Gerencia Comercial y la Gerencia General. Asimismo, la proyección mensual de las cuotas será publicada por la Gerencia Comercial en Salones Network y dirigida a la Gerencia de Contabilidad y Gerencia de Finanzas.

TABLA DE BONIFICACIONES		
% CUOTA MENSUAL	% COMISIÓN VENDEDOR (por c/venta)	BONIFICACIÓN (% del básico)
100%	2%	30%
101% - 119%	2%	40%
120% a más	2%	50%

Todos los porcentajes de comisiones son aplicados a los precios de venta sin IGV.

- Si el equipo de ventas logra superar la cuota mensual, recibirán un bono del 30% de su básico.
- Si el equipo logra alcanzar un total de ventas del 101% al 119% de la cuota mensual, recibirán un bono del 40% de su básico.
- Si el equipo logra superar el 120% de la cuota mensual, recibirán un bono del 50% de su básico.

VENEDORES NUEVOS

Los primeros tres (3) meses recibirán una bonificación mensual del 30% de su básico; esto con el fin de incentivarlos.

Básico: S/1,500.

INCENTIVO ESPECIAL

Si el equipo de ventas logra alcanzar las cuotas de seis (6) meses consecutivos, se les podrá aumentar el básico a S/. 1,800, previa aprobación de la Gerencia General.

Si el equipo de ventas logra alcanzar las cuotas de doce (12) meses consecutivos, se les podrá aumentar el básico a S/. 2,000, previa aprobación de la Gerencia General.

